

**ANÁLISIS DE VIABILIDAD ECONÓMICA PARA LA EXPORTACIÓN DE CUERO
CURTIDO PRODUCIDO EN EL DEPARTAMENTO DEL ATLÁNTICO CON
DESTINO AL ESTADO DE SAO PAULO EN BRASIL**

**JOSÉ VÍCTOR CONSUEGRA ACOSTA
GUSTAVO ANTONIO NÚÑEZ AGUDELO**

**UNIVERSIDAD DELA COSTA, CUC
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
PROGRAMA DE FINANZAS Y RELACIONES INTERNACIONALES
BARRANQUILLA
2012**

**ANÁLISIS DE VIABILIDAD ECONÓMICA PARA LA EXPORTACIÓN DE CUERO
CURTIDO PRODUCIDO EN EL DEPARTAMENTO DEL ATLÁNTICO CON
DESTINO AL ESTADO DE SAO PAULO EN BRASIL**

**JOSÉ VÍCTOR CONSUEGRA ACOSTA
GUSTAVO ANTONIO NÚÑEZ AGUDELO**

**Trabajo de grado presentado para optar al título de Profesional en
Finanzas y Relaciones Internacionales**

Asesor: Martha Viñas

**UNIVERSIDAD DELA COSTA, CUC
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
PROGRAMA DE FINANZAS Y RELACIONES INTERNACIONALES
BARRANQUILLA**

2012

Nota de aceptación

Firma del jurado

Firma del jurado

Barranquilla, 2 de Octubre de 2012

AGRADECIMIENTOS

Para este trabajo de investigación, si bien se ha requerido de esfuerzo, amor, esmero y dedicación por parte de los autores, no hubiese sido posible su finalización sin la ayuda de aquellas personas que de manera desinteresada brindaron su apoyo y colaboración para terminar con gran satisfacción esta investigación.

Primero que todo, agradecerle al Dios Todopoderoso, porque sin Él nada es posible.

A nuestras familias, por su apoyo incondicional y comprensión.

Al personal administrativo de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de la Costa.

A nuestros docentes quienes siempre nos colaboraron con sus conocimientos y orientación permanente a lo largo de los estudios.

A nuestra asesora, Martha Viñas, por su orientación y profesionalismo.

A todos aquellos que de una o u otra forma nos dieron su apoyo espiritual, material e intelectual, en tan ansiada meta.

Los Autores

TABLA DE CONTENIDO

0. INTRODUCCIÓN	10
0.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	11
0.2. JUSTIFICACIÓN	14
0.3. OBJETIVOS	17
0.3.1. Objetivo general.....	17
0.3.2. Objetivos específicos	17
0.4. MARCO REFERENCIAL	18
0.4.1. Antecedentes del estudio.....	18
0.4.2. Marco teórico	19
0.4.3. Marco conceptual.....	21
0.4.3. Marco Legal	24
0.5. DISEÑO METODOLÓGICO	27
0.5.1. Tipo de investigación	27
0.5.2. Método de investigación	28
0.5.3. Técnicas de recolección de la información primaria	28
0.5.4. Técnicas de la recolección de la información secundaria.....	28
1. ANTECEDENTES DE LA INDUSTRIA DEL CUERO.	30
1.2. MERCADO INTERNACIONAL DEL CUERO.....	31
1.3. PAÍSES PRODUCTORES DE CUERO	31
1.4. PAÍSES EXPORTADORES.....	33
1.5. EXPORTACIONES DE COLOMBIA HACIA BRASIL.....	35
2. CARACTERIZACIÓN DEL SUBSECTOR DEL CUERO CURTIDO EN COLOMBIA Y EN EL DEPARTAMENTO DEL ATLÁNTICO.	36

2.1. EL SECTOR DEL CUERO EN COLOMBIA: UNA MIRADA GENERAL.....	36
2.1.1. Evolución de las exportaciones del sector del cuero en Colombia	37
2.1.2. Análisis del comportamiento de las exportaciones en el período 2009 – 2011	39
2.1.3. Principales tipos de cuero exportados - posiciones arancelarias.....	43
2.1.4. Países destino de las exportaciones	45
2.1.5. Destino de las exportaciones con relación al mercado venezolano.....	47
2.1.6. Principales departamentos de origen de las exportaciones.....	51
2.2. EL SECTOR DEL CURTIDO DE CUERO EN EL DEPARTAMENTO DE ATLÁNTICO	53
2.2.1. Perfil del comercio internacional del departamento del atlántico	53
2.2.2. Análisis de la oferta del subsector del cuero.	57
2.2.3. Evolución de las exportaciones.....	58
3. VARIABLES QUE INCIDEN EN EL COMERCIO INTERNACIONAL DEL CUERO	60
3.1. LA TASAS DE CAMBIO EN EL COMERCIO INTERNACIONAL	60
3.2. REVALUACIÓN Y DEVALUACIÓN	61
3.3. EFECTOS DE LA DEVALUACIÓN-REVALUACIÓN EN EL COMERCIO INTERNACIONAL DE COLOMBIA.....	61
3.4. TENDENCIA DEL PESO FRENTE AL REAL BRASILEÑO.	63
3.5. TENDENCIA DEL REAL BRASILEÑO FRENTE AL DÓLAR.....	65
4. TENDENCIAS DE LA DEMANDA EN EL MERCADO OBJETIVO: ESTADO DE SAO PAULO	67
4.1. IMPORTANCIA DE EXPORTAR AL BRASIL.	67
4.2. CARACTERIZACIÓN DEL SECTOR CUERO	69
4.3. COMPOSICIÓN Y TAMAÑO DEL MERCADO	71
4.4. BARRERAS ARANCELARIAS	72

4.5. MERCADO DE SAN PAULO.....	72
5. EVALUACIÓN DE LA VIABILIDAD ECONÓMICA DE LA EXPORTACIÓN DEL PRODUCTO	77
5.1. DEFINICIÓN DE INCOTERMS.	77
5.2. MATRIZ DE COSTOS Y GASTOS LOGÍSTICOS.	80
5.2.1. Dimensiones unitarias, por guacales y por contenedor de transporte.	81
5.2.2. Simulación de costos para la exportación de un contenedor de 20 pies	89
6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	92
6.1. CONCLUSIONES.....	92
6.2. RECOMENDACIONES	94
BIBLIOGRAFÍA.....	95
ANEXOS	99

LISTA DE GRÁFICAS

Gráfica 1. Proceso productivo de la cadena del cuero y sus manufacturas.....	37
Gráfica 2. Evolución de las exportaciones al mundo de la cadena del cuero, calzado y marroquinería de enero a diciembre 2009 al 2011 en US\$ FOB.....	41
Gráfica 3. Participación porcentual de las exportaciones por subsector de cuero, calzado y marroquinería de enero a diciembre 2011.....	42
Gráfica 4. Principales productos exportados de cuero de enero a diciembre de 2011 en dólares FOB.	44
Gráfica 5. Principales destinos de las exportaciones colombianas de cuero - Año 2011..	47
Gráfica 6. Principales departamentos origen de las exportaciones de cuero de enero a diciembre de 2011 en US\$FOB.	53
Gráfica 7. Valor y Toneladas exportadas departamento del Atlántico 2000 – 2009.....	54
Gráfica 8. Balanza Comercial del Departamento del Atlántico 2000-2009 US\$ Millones..	55
Gráfica 9. Valor de un real en pesos colombianos. 2008 – agosto de 2012.	63
Gráfica 10. Valor de un dólar en reales brasileños. 2008 – agosto de 2012.....	65
Gráfica 11. Distribución de la renta por Estados. Año 2007.	73
Gráfica 12. Exportadores (por sectores) con potencial de ingreso al mercado de Brasil. .	75
Gráfica 13. Número de compradores por Estados	75
Gráfica 14. Esquema gráfico de los INCOTERMS.	80

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Exportaciones por subsectores y variación anual entre el 2010 y el 2011.....	40
Tabla 2. Principales tipos de cueros exportados.....	43
Tabla 3. Principales tipos de cueros exportados por Colombia en el 2011 con su respectiva descripción.....	45
Tabla 4. Exportaciones de cuero por país de destino – 2011.....	46
Tabla 5. Destino de las exportaciones sin tener en cuenta a Venezuela.....	49
Tabla 6. Exportaciones teniendo en cuenta sólo el mercado de Venezuela.....	50
Tabla 7. Exportaciones de cuero por departamento origen de enero a diciembre de 2011 en US\$FOB.....	52
Tabla 8. Principales productores regionales según producción por sub-sectores.....	57
Tabla 9. Exportaciones industriales del Departamento del Atlántico.....	58
Tabla 10. Tasa de cambio del peso frente al dólar en fechas seleccionadas.....	62
Tabla 11. Índice de Atractividad de Inversiones.....	74
Tabla 12. Dimensiones de la unidad de embalaje del producto.....	81
Tabla 13. Dimensiones del guacal para el transporte del producto.....	82
Tabla 14. Dimensiones internas de un contenedor de 20 pies.....	82
Tabla 15. Cubicaje de las unidades de embalaje de acuerdo a las dimensiones del contenedor.....	84
Tabla 16. Determinación del valor ex-Works del producto.....	84
Tabla 17. Datos para el cálculo de gastos logísticos.....	86
Tabla 18. Tabla para el cálculo de tributos aduaneros e IVA.....	88
Tabla 19. Valor Exworks de la carga exportada.....	89
Tabla 20. Simulación de costos de un contenedor de 20 pies en diferentes Incoterms....	90
Tabla 21. Valor Unitario en Dólares.....	91
Tabla 22. Valor Unitario en Pesos.....	91

0. INTRODUCCIÓN

En la actualidad la economía de los países cada día es más interdependiente, debidos a los procesos de globalización y liberación del comercio. Ante esto, la conquista de mercados externos se consolida como una opción para el logro del desarrollo sostenido, y parte de una participación activa a través de las exportaciones.

Colombia es un país con un gran potencial exportador, que con el tiempo ha venido mejorando estándares de calidad de sus productos. Estas condiciones unidas a los tratados de libre comercio y preferencias arancelarias que el gobierno ha logrado con algunos países para incentivar las exportaciones crean la posibilidad de colocar los productos colombianos en el exterior como una buena oportunidad de negocio.

El proceso de globalización en el mundo de cierta crea la necesidad en todos los países a participar en la comercialización de sus productos en los mercados del exterior. Por ello el Estado crea un marco legal flexible y de apoyo que busca incentivar y motivar al sector industrial a las actividades de exportación.

Así mismo, la academia y el sector privado deben estrechar relaciones que redunden en el desarrollo y producción de conocimiento a través de la investigación y generación de nuevas ideas, lo cual tiene a su vez un impacto a largo plazo sobre el desarrollo económico.

0.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Ante el actual escenario económico internacional que presenta la globalización, caracterizado por un alto nivel de competitividad, las empresas se encuentran cada vez más en la necesidad de acceder a nuevos mercados que les permitan, entre muchas otras razones, diversificar productos y mercados para afrontar la competencia internacional y la situación de la economía nacional.

Las empresas colombianas, y más específicamente, las del departamento del Atlántico en la región Caribe Colombiana, no son ajenas a este fenómeno. Según Proexport (Proexport Colombia, 2011), la agencia colombiana para la promoción de las exportaciones, la inversión y el turismo; otras razones por las cuales las empresas Colombianas deciden internacionalizarse incluyen la disminución del riesgo de estar en un solo mercado, así como buscar mayor rentabilidad en los mercados internacionales y asegurar la existencia de la empresa en el largo plazo.

Alcanzar mayores volúmenes en ventas para utilizar la capacidad productiva de la empresa y hacer economías de escala es otra de las razones que llevan a las compañías a buscar penetrar nuevos mercados sumado a la búsqueda de alianzas estratégicas con empresas extranjeras para reducir costos, mejorar la eficiencia y diversificar productos.

En Colombia, el trabajo conjunto de los organismos del Estado y de las organizaciones autónomas de investigación, así como el de universidades y empresas mismas ha tenido como objetivo en los últimos años identificar nuevas oportunidades de exportación para las empresas que buscan entrar a la dinámica la globalización de la economía al igual que potenciales mercados para la oferta exportable de las regiones.

Para el caso del Departamento de Atlántico, ubicado en la costa Caribe Colombiana, históricamente, el comercio internacional se ha caracterizado por

presentar una balanza comercial deficitaria y en los últimos años se ha visto afectado por la reducción de la demanda de sus principales socios comerciales, Estados Unidos y Venezuela, lo cual plantea la necesidad de buscar la diversificación y expansión de sus mercados (Fundesarrollo y Cámara de Comercio de Barranquilla, 2010).

Abordando de manera específica el subsector del cuero y calzado, objeto de estudio del presente proyecto de investigación, éste mostró un lugar destacado dentro de los sectores industriales de exportación del Departamento del Atlántico en período 2000-2009 (Fundesarrollo, 2012), pasando de 25,9 millones de dólares en el año 2000 a 30,6 en el 2005 y mostrando un crecimiento sostenido hasta descender en el año 2009 (año en que se situó en el margen de los USD 23,5 millones) afectado por el declive en la demanda del que hasta ese momento era el principal importador de dicho sector : El mercado de Venezuela.

Sin embargo, un informe de competitividad sectorial internacional relacionado al sector del cuero y del calzado (Villegas Alvarez & Zapata González, 2007) elaborado en el 2007 concluyó que el sector del cuero y el calzado en Colombia es débil en su mercado interno y el empresariado es incapaz de defender y sostenerse en el mercado doméstico con precios, calidad y diseños competitivos.

Frente al mercado externo es aún más débil por su bajo potencial exportador. No obstante, los indicadores de competitividad internacional aplicados dan cuenta de que el país tiene relativas ventajas con estos productos en el mercado de la Comunidad Andina de Naciones, CAN.

En su continuo trabajo de búsqueda de nuevos mercados para las exportaciones colombianas, Proexport ha identificado el mercado de artículos de cuero de Brasil como una de las oportunidades de negocio que tiene Colombia para fortalecer su presencia en dicho mercado al tiempo que se puede expandir la oferta exportable en el renglón de exportaciones no tradicionales (Proexport Colombia, 2012).

Teniendo en cuenta la dinámica de la comercialización del cuero en el Departamento del Atlántico y su participación en el mercado nacional, además de las variables económicas que afectan su comercialización y la actual tendencia hacia la diversificación de las exportaciones así como de los mercados objetivo, surge la siguiente pregunta de investigación ¿Es económicamente viable para las empresas de cuero ubicadas en el Departamento del Atlántico exportar sus productos teniendo como mercado objetivo el Estado de Sao Paulo en la región sudeste de Brasil?

0.2. JUSTIFICACIÓN

Existe una creciente preocupación en general en Colombia por la concentración de las exportaciones en un reducido margen de la oferta exportable del país, así como de los mercados hacia los cuales van dirigidas dichas exportaciones.

El Departamento del Atlántico es un ejemplo de esto. Tomando como referencia el período transcurrido entre el año 2000 y el 2009 se evidencia un alto grado de concentración, dado que un poco más del 60% de las exportaciones estaba representado por tres subsectores (Fundesarrollo y Cámara de Comercio de Barranquilla, 2010): Productos químicos con un 27,6%, metalmecánica con 22,5% y alimentos y bebidas con un 11,7%.

De igual forma en términos de países que son los mercados objetivos de dichas exportaciones, la tendencia de concentración es aún más notoria. Si se toman de la balanza comercial global, los cinco principales destinos, Venezuela (26,1%), Estados Unidos (16%), Ecuador (7,3%), Costa Rica (5,2%) y Panamá (4,9%), la participación agregada de los cinco destinos es superior a un 60% (Fundesarrollo, 2012).

Siguiendo el caso del Atlántico, de acuerdo con un reporte publicado en el diario el Heraldo en marzo del 2011 (El Heraldo, 2011) citando cifras expuestas por Proexport, en el Departamento son 553 las empresas que exportan, pero 351 venden en el exterior a un solo destino. Es decir, que 202 son las que diversifican sus productos a diferentes países del mundo. De acuerdo con la conclusión del reportaje, no es bueno que haya una concentración entre el 65% y 70% a nivel internacional a un solo mercado.

Las cifras muestran una clara tendencia. Tanto para el caso de Colombia en general como el del Atlántico en particular, se requiere lograr un grado más alto de diversificación de las exportaciones, tanto en productos como en destinos de

exportación, si en realidad se desea lograr una efectiva inserción en la dinámica de la internacionalización de la economía.

Es en este contexto en el que Colombia ha emprendido en los últimos la amplia tarea de diversificar su oferta exportable y aún más importante, lograr una distribución menos desigual en la participación de las exportaciones de sus socios comerciales. El Estado, la empresa privada y, en un menor grado la academia, buscan establecer un marco de referencia para impulsar el desarrollo de nuevas perspectivas para el comercio exterior del país, con especial énfasis en las regiones como pilar de crecimiento.

Abordando el caso específico del sector del curtido de cuero, Proexport, la agencia colombiana para la promoción de las exportaciones, ha determinado que el mercado de los artículos de cuero, que requieren del cuero como una materia prima, es una de las oportunidades identificadas que ofrece el mercado brasileño para Colombia (Proexport Colombia, 2011). Una de las marcadas tendencias de este sector es la demanda de productos de alta calidad, lo cual es para el Atlántico una gran fortaleza dado el alto nivel de calidad del cuero producido en el Departamento.

Sin embargo, a nivel general, a las pequeñas y medianas empresas (pymes), que representan la inmensa mayoría del empresariado local, se les dificulta exportar exitosamente desde Colombia debido a que su reducido tamaño comparativo les impide contar con una estructura financiera que les proporcione una capacidad de producción significativa y una estructura de costos eficiente (Lozano Monroy, 2010), sin tener en cuenta algunas otras barreras al comercio como los aranceles y el proteccionismo otorgado a la industria nacional en algunos países.

Teniendo el sector del cuero y calzado un lugar destacado dentro de los sectores industriales de exportación del Departamento del Atlántico en período 2000-2009, resulta interesante explorar nuevos mercados que aún no han sido tocados pero

que representarían un gran impacto en los volúmenes de negocios para la industria, lo que redundaría en un impacto sobre el empleo y la cadena productiva de éste.

El presente proyecto es una propuesta de investigación presentada desde la academia cuya importancia radica en brindar un aporte al creciente interés de buscar nuevos horizontes para la oferta exportable del Departamento del Atlántico, así como de encontrar nuevas oportunidades para sectores o productos que con timidez se mantienen al margen de la difícil tarea de insertarse en la dinámica de la economía global a través del comercio internacional.

0.3. OBJETIVOS

0.3.1. Objetivo general

Analizar la viabilidad económica de la exportación de cuero curtido producido en el Departamento del Atlántico hacia el Estado de Sao Paulo, Brasil como un aporte hacia la expansión de su oferta exportable.

0.3.2. Objetivos específicos

- Caracterizar el subsector del curtido de cuero en el Departamento del Atlántico.
- Identificar las variables que inciden en el comercio internacional del curtido de cuero.
- Analizar la tendencia de la demanda en el mercado objetivo.
- Evaluar la viabilidad de la exportación de cuero curtido al Estado de Sao Paulo.

0.4. MARCO REFERENCIAL

0.4.1. Antecedentes del estudio

Con relación al tema del presente trabajo de investigación han sido encontrados diversos estudios e informes de varias fuentes. A continuación se presentan los que a juicio de los autores son los más relevantes para el objeto de estudio del proyecto.

En su trabajo de Investigación *Análisis De La Distribución Espacial De La Tecnología En Las Empresas De Marroquinería Y Calzado En Colombia En El 2008* los autores Hugo Fernando Ortiz Lozano y Julián Quintero Mejía (Ortiz Lozano & Quintero Mejía, 2010) estudian la ubicación por departamentos de la tecnología para el tratamiento del cuero y fabricación de productos a base de este. En su investigación concluyen que existe bajo nivel de formalidad en las industrias de este sector lo cual disminuye sin duda la calidad el producto, limitando el acceso a mercados altamente competitivos, destacan las constantes ferias del país lo cual demuestra el interés de mostrar el producto y nuevos diseños de derivados del cuero.

En el estudio *El mercado de Cuero y Marroquinería en Colombia* Realizado por la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Bogotá (Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Bogotá, 2004) se muestra como es el proceso de curtido del cuero y comercialización en Colombia. Además se resalta la participación que tienen departamentos como Cundinamarca, Antioquia, Bolívar y el Atlántico en la producción y venta del cuero y productos derivados de éste. En sus conclusiones manifiestan que las empresas colombianas del sector deberían hacer alianzas estratégicas con empresas de otros países para llegar a terceros mercados, teniendo en cuenta que el

empresario Colombiano del sector prefiere establecer alianzas con un socio capitalista.

En el trabajo de investigación *Crisis Financiera del Año 2009, Caída Del Mercado Venezolano y Expectativas Futuras Para Curtimbres De Itagüí S.A.* Realizado en la Universidad EAFIT (Saldarriaga Ortiz & Aguirre Domínguez, 2010) los autores describen como han sido las relaciones comerciales entre Colombia y Venezuela específicamente en el sector de cuero curtido utilizando como modelo la actividad económica de Curtimbres Itagüí (una de las curtiembres más grandes del país) teniendo en cuenta la crisis diplomática y la disminución de la intensidad de la relaciones comerciales que han tenido Colombia y Venezuela. Una de las conclusiones es que las empresas colombianas no pueden ser dependientes de 1 o 2 Mercados, sino que es necesario la exploración y penetración de nuevos lugares donde vender sus productos.

0.4.2. Marco teórico

Las teorías sobre las cuales se basa el presente proyecto son las siguientes:

Teoría de la ventaja absoluta

Adam Smith en su libro “La Riqueza de las Naciones” (1776), establece las bases del beneficio del comercio entre países. Define que un país tiene una ventaja absoluta sobre otro en la producción de un bien, cuando es más eficiente, es decir: requiere de menos recursos por unidad para su producción que el otro país.

De acuerdo con Smith, los países deben especializarse en la producción de mercancías en la que tengan una ventaja absoluta, e intercambiar estos productos por bienes producidos en otros países. Asimismo, demuestra que

especializándose en la producción de bienes en los que cada país tiene ventaja absoluta, ambos países se beneficiarán a través del comercio de dichos bienes.

Teoría de la ventaja comparativa

En 1817, David Ricardo en su libro “Principios de Política Económica” extiende la teoría de los beneficios del comercio a situaciones donde un país tiene ventaja absoluta en ambos bienes.

De acuerdo con Smith dicho país probablemente no resulte beneficiado con el comercio exterior. Estos beneficios se obtienen cuando el país con ventaja absoluta en ambos bienes se especializa en producir aquel con mayor eficiencia relativa (menor costo de oportunidad), es decir el bien en el que tiene ventaja comparativa.

Relación de las teorías de la ventaja absoluta y comparativa

- Los consumidores en todas las naciones pueden acceder a una mayor cantidad de productos en ausencia de restricciones comerciales.
- La producción potencial del mundo es mayor con un libre comercio ilimitado que con un comercio limitado.
- La teoría de la Ventaja Absoluta es realmente un caso especial de la teoría de la Ventaja Comparativa.
- Evidentemente los supuestos empleados son poco realistas, pero la teoría constituye una buena base de partida. A partir de ésta se establecen las denominadas *nuevas teorías del comercio*.

0.4.3. Marco conceptual

En el siguiente marco conceptual se incluyen una lista de definición de conceptos relevantes que se usarán a lo largo del desarrollo del presente proyecto de investigación (BusinessCol, 2012).

Exportaciones

Consiste en la salida de bienes y servicios del territorio nacional o de una zona franca cumpliendo todos los requisitos de la ley en uso por los países involucrados y que produce como contrapartida un ingreso de divisas. En otras palabras, es simplemente la salida de un bien de un determinado país con destino a otro, atravesando las diferentes fronteras o mares que separan los territorios nacionales (Universidad Icesi, 2008).

Entre los bienes exportables, existen dos tipos: los tradicionales y los no tradicionales. Las exportaciones no tradicionales están constituidas por productos nuevos en el ámbito exportable, que presentan un comportamiento muy dinámico; aquellas que cambian su importancia en la economía por su crecimiento como producto de venta internacional; además, por lo general, los bienes no tradicionales llevan un alto valor agregado en su proceso productivo. Por su parte, las exportaciones tradicionales son constituidas por bienes que no sufren una transformación importante de su esencia durante su proceso productivo.

Tratados de libre comercio

Los tratados de libre comercio son acuerdo mediante el cual dos o más países reglamentan de manera comprehensiva sus relaciones comerciales, con el fin de incrementar los flujos de comercio e inversión y, por esa vía, su nivel de desarrollo económico y social.

Los TLCs, como abreviadamente se les llama, contienen normas y procedimientos que tienden a garantizar que los flujos de bienes, servicios e inversiones entre los países que suscriben dichos tratados se realicen sin restricciones injustificadas y en condiciones transparentes y predecibles (Productos de Colombia, 2011).

Existen otro tipo de acuerdos, que tienen un menor alcance, pero que de igual forma tienen la función de destrabar el libre flujo de comercio entre dos o más países. Estos son los acuerdos de alcance parcial y en el caso latinoamericano, los acuerdos de complementación económica (ACE).

Los acuerdos de alcance parcial son el tipo de acuerdo bilateral más básico en materias arancelarias que persigue liberar parcialmente el comercio de listados acotados de productos.

Normalmente se le concibe como una primera etapa en un proceso de apertura mayor a largo plazo. Los acuerdos de complementación económica (ACE) son la denominación que usan los países latinoamericanos en los acuerdos bilaterales que contraen entre sí para abrir recíprocamente sus mercados de mercancías, los que se inscriben en el marco jurídico de la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI). Los ACE apuntan a objetivos integradores de apertura de mercados mayores que los acuerdos de alcance parcial (Cámara de Comercio de Santiago, 2012).

Aduanas

Es la oficina pública o institución fiscal establecida generalmente en costas y fronteras, con el fin de registrar el tráfico internacional de mercancías que se

importan o exportan en y desde un país concreto y cobrar los impuestos que establezcan los países envueltos en la operación de comercio exterior.

Arancel de aduanas

Son las tarifas que gravan las mercancías en la importación, la exportación y el tránsito, así como los impuestos fiscales, las disposiciones complementarias y los índices correspondientes.

Balanza comercial

Es la variable de medición que refleja la diferencia entre las exportaciones e importaciones realizadas por un país en un período determinado. Cuando el valor de las exportaciones es mayor que el valor de las Importaciones hay superávit en la balanza comercial del país. Cuando el valor de las exportaciones es menor que el valor de las Importaciones hay déficit en la balanza comercial del país.

Certificado de origen

Es el documento oficialmente válido que acredita que las mercancías amparadas en él son originarias de un determinado país. Es requerido por algunos países para efecto tarifarios.

Déficit comercial

Cuando el valor de las exportaciones es menor que el valor de las Importaciones hay déficit en la balanza comercial del país

Dumping.

Es una práctica de discriminación de precio por la cual el producto de un país es introducido en el mercado de otro país por menos que su valor nominal.

Importaciones

Consiste en la introducción legal de mercancía extranjera para su uso o consumo en el país.

Superávit comercial

Cuando el valor de las Exportaciones es mayor que el valor de las Importaciones hay superávit en la Balanza Comercial del país.

0.4.3. Marco Legal

El marco legal del presente estudio se compone principalmente de leyes, decretos, resoluciones y acuerdos.

Decretos

- La Ley Marco del Comercio Exterior Colombiano *ley 7ª de enero 16 de 1991*, donde se establece los criterios generales de política de comercio. Esta ley creó el consejo superior de comercio exterior, hoy el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, el Banco de Comercio Exterior y Proexport Colombia.
- Decreto-Ley 444 de 1967. Es la ley marco del comercio exterior. En sus artículos 172 al 179 define los conceptos de operaciones de materias primas, bienes de capital y repuestos.
- Decreto 288 de 1967. Modificó parcialmente el decreto 444 de 1967.
- Decreto 631 de 1985. Decreta normas referentes a los sistemas especiales de Importación-Exportación y en particular confiere al entonces INCOMEX

facultades para establecer los requisitos y procedimientos para el cumplimiento de estas normas.

- Decreto 1208 de 1985. Consagra la constitución de Garantía Bancarias con debida utilización de los bienes importados al amparo de los sistemas especiales de importación- exportación.
- Decreto 697 de 1990. Este decreto autoriza la constitución de garantías personales por partes de los obligados de las operaciones de los sistemas especiales a la importación- exportación.
- Ley 37 de 1990, en la cual se establece como requisito para evaluar y decidir sobre autorización de un programa PLAN VALLEJO, el cual debe ser avalado con la firma de un Economista con matrícula profesional.
- Decreto 2685 de 1989, por medio del cual se modifica la Legislación Aduanera.
- Decreto 2681 de 1999. Determina las condiciones y requisitos para la inscripción en el Registro de Nacional de Exportadores.
- Decreto 210 de 2003, por medio el cual se crea el Ministerio de Comercio, Industria y turismo.

Resoluciones.

- Resolución 13 de 1990 del C.D.C.E, donde se fija el monto de las garantías que se debe constituir en desarrollo de los Sistemas Especiales de Importación- Exportación.

- Resolución del INCOMEX 1860 de Mayo 14 de 1989, para simplificar los tramites de los Sistemas Especiales de Importación-Exportación, para facilitar su acceso y dinamizar los esquemas existentes.

- Resolución 1964 de 2001, donde se modifica en forma parcial la resolución 1860 de 1999.

- Resolución Mincomercio 0011 de 2003. Se definen nuevas disposiciones de los Sistemas Especiales de Importación-Exportación, al amparo de la organización Mundial de Comercio (OMC), sobre aprobación y modificación de los programas de bienes de Capital

- Decreto 2505 de 1991 es creación del Banco de Comercio Exterior de Colombia BANCOLDEX, para que contribuya a la expansión sostenida y la creciente competitividad de las exportaciones Colombianas.

- Decreto 2681 de 1999 –Régimen Sancionatorio, El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, queda facultado para imponer sanción administrativa de suspensión hasta dos (2) de la inscripción a los proveedores, que se le encuentre fraude en la inscripción en el Registro Nacional de Exportadores.

0.5. DISEÑO METODOLÓGICO

Con el fin de obtener los mejores resultados en la investigación y de abordar de mejor forma posible la problemática presentada, los investigadores tuvieron que determinar la forma en que se debía desarrollar la investigación.

Estos basados en los objetivos de la misma y el alcance deseado al final del proyecto, de igual manera tener en cuenta las estrategias didácticas determinadas para recoger información, así como los tiempos trazados y la disponibilidad de horarios de directivos y los mismos investigadores, se hizo necesario jugar con todas estas variables, para aprovechar el tiempo de la mejor manera posible.

0.5.1. Tipo de investigación

El presente estudio es de tipo descriptivo, ya que los estudios descriptivos tienen como propósito describir situaciones y eventos. Esto es, decir cómo es y cómo se manifiesta determinado fenómeno. En un estudio descriptivo se selecciona una serie de cuestiones y se mide cada una de ellas independientemente, para sí lograr el propósito del estudio que es describir lo que se investiga (Sampieri, Fernández, & Baptista, 1998). Dentro de este proyecto de investigación se tomarán como referencia estudios sobre la comercialización del cuero curtido hechos previamente, se identificarán variables y escenarios que influyen en su exportación realizando la descripción de cada una de estas para así establecer las conclusiones del ejercicio.

0.5.2. Método de investigación

El método inductivo es el que va de lo particular a lo general, o en otras palabras de las partes al todo. La principal característica de este método es que se basa en el estudio y observación real del fenómeno, por lo cual su utilización debe ser debidamente complementada con el análisis (Vergel Cabrales, 1997). Este proyecto se desarrolló bajo este método, ya que se comenzará a trabajar en un conjunto de objetivos específico, los cuales siguiendo un orden lógico nos permitirán desarrollar la parte general, construir análisis y establecer conclusiones y recomendaciones.

0.5.3. Técnicas de recolección de la información primaria

Para la recolección de la información primaria se realizó la observación de forma directa, una técnica que proporciona una idea del entorno general del trabajo y de sus características, por medio de observaciones que permiten determinar las condiciones actuales en la que se encuentra el negocio del cuero curtido.

Mediante la observación se analizan los comportamientos y roles de cada uno de los entes que participan y hacen parte integral de la investigación, así como el entorno que los rodea y como éste puede afectar el comportamiento de los involucrados.

0.5.4. Técnicas de la recolección de la información secundaria

Parte de la observación directa de la realidad y de la investigación documental, que permite fortalecer la primera información obtenida a través de referentes bibliográfico como libros, revistas, folletos, memorias, fotografías, Internet, entre otras fuentes.

En la recolección de información secundaria, se realizó una investigación documental que permitió fortalecer la información primaria, dicha investigación se realizó en libros, revistas especializadas, monografías y demás bibliografías relacionadas con las exportaciones de cueros y enfoques de producción.

1. ANTECEDENTES DE LA INDUSTRIA DEL CUERO.

La Industria del cuero es el resultado de una larga tradición en ciertos países. Sus orígenes se remontan a fines del siglo XVI con las primeras exportaciones de cuero salado.

Un siglo después surgen los primeros saladeros que viene a modificar no sólo la forma de preservar el cuero, el cual en esos entonces se secaba al sol, sino que le dieron un gran valor a la carne y otros productos como la grasa y el cebo.

La importancia de este sector en la economía es de tal magnitud que las reseñas históricas caracterizaron a esta etapa, que se extendió hasta 1852, como la “civilización del cuero”, debido al amplio uso que se les daba en las actividades cotidianas y productivas.

Era tan grande el aporte que se empleaba en diversas actividades como la fabricación de muebles domésticos, bolsos para granos, monturas, estribos y baldes para extraer agua de los pozos.

A comienzo del siglo XX surgen los primeros frigoríficos que permiten conservar la carne por largo tiempo. El cambio tecnológico conlleva que la carne como producto se revalorice y que pasara a condicionar la oferta del cuero.

Con el estallido de la primera guerra mundial (1914-1918) la industria del cuero mantiene una época de bonanza y el consecuente aumento en la demanda de cuero crudo y curtido por parte de los países europeos.

Esta demanda creciente se extiende hasta mediados del siglo XX hacia fines de los años 50, cuando Europa vuelve a producir cuero. La fijación por parte de los

gobiernos de ciertos países de los cupos para las exportaciones de cuero crudo en 1967 obliga a las curtiembres a reequiparse y tratar de mejorar sus procesos.

En los años de 1978 a 1998 las exportaciones de cuero pasaron de 250 a 780 millones de dólares, Es decir que en 20 años las exportaciones se triplicaron porque las curtiembres avanzaron mucho en su nivel de competitividad internacional como producto de grandes inversiones.

Los grandes inversionistas se enfocaron en el desarrollo de nuevas tecnologías, maquinarias de última generación y aplicación de las últimas tendencias de mercado. Esto les permitió a las curtiembres tener una gran participación en los mercados tradicionales y conseguir nuevos mercados.

Con este proceso de inversión, se aumenta el valor agregado de los artículos que exportan, como la fabricación de cueros para tapicería domiciliaria y más tarde para tapicería automotriz, lo cual se constituye en un indicador de cómo avanzaron las curtiembres en acciones que les aseguraron un posicionamiento en los mercados internacionales.

1.2. MERCADO INTERNACIONAL DEL CUERO

El mercado internacional del cuero está conformado por los países productores y exportadores y los países consumidores.

1.3. PAÍSES PRODUCTORES DE CUERO

El mercado internacional del cuero muestra un esquema de especialización muy diferenciado entre los países productores y no productores.

De los países productores especializados en diseñar cuero tenemos a Italia, como el principal importador y exportador de cuero en bruto después de la República Popular China, mientras que los EE.UU. se caracterizan por exportar cuero en bruto, siendo el principal proveedor a nivel mundial con una participación del 40%, con una fuerte presencia como importador de manufacturas de cuero.

Aunque también existen otros países que cuentan con abundante materia prima y cuyos niveles de mano de obra y costo, les permiten ser importantes países productores., como Argentina, que es destacada como productora de cuero.

El crecimiento de la producción mundial de pieles sin curtir se desaceleró en forma significativa con la recesión económica de los años setenta. Desde entonces la producción ha venido creciendo en forma lenta, sobre todo en los países desarrollados, que representan el 47%.

En los países en desarrollo, la producción disminuyó en los años ochenta, por el estancamiento del consumo per cápita de carne roja. Ahora representa el 53% del total de suministro de carne.

Los países asiáticos, especializados en productos manufacturero, se debe más que todo a su política de subsidios impositivos o energéticos con la finalidad de desarrollar esta industria, caso como el Taiwán y Corea, a pesar de no tener abundante materia prima, tiene que recurrir a la importación de cuero, pero cuentan con una mano de obra extremadamente barata y con buenos incentivos a las políticas de exportaciones de los productos.

En los países en vía de desarrollo está representando el 53% del total de consumo de carne. A comienzos de los años 80, los países en desarrollo producían el 40% del cuero curtido mundial, ahora están representando el 60%.

El cuero curtido, la producción de calzado fue notoria del Lejano Oriente y hasta cierto punto en América Latina. La producción de cuero bajó en todas las regiones desarrolladas, donde los costos de mano de obra son elevados (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2004).

Sobre los avances tecnológicos se ha producido una conmutación interesante, pues a principios de los años 80, los países en desarrollo eran importadores netos de productos que venían de los países desarrollados y a partir de los años 90 se convierten en exportadores.

La antigua Unión Soviética y países de Europa Oriental, al presentar cambios estructurales, perdieron mercados extranjeros y experimentaron una contracción en la demanda del producto ganadero en la segunda mitad de la década de los noventa.

En el caso latinoamericano cuyas economías se vieron afectadas en este sector industrial, por la situación política interna.

De otro lado y con respecto a los cambios en la legislación medioambiental, puede afirmarse que se presenta como un fuerte filtro, capaz de hacer visibles importantes obstáculos para la producción en este sector industrial (Sánchez, Sahir, Ceballos, & Medina, 2001).

1.4. PAÍSES EXPORTADORES

El comercio de manufactura del cuero es una de las actividades económicas más dinámicas del mundo, reflejándose en el ejercicio exportador de algunos países como Italia, China, Estado Unidos, Hong Kong, Argentina, Brasil y México.

Un país europeo importante en esta actividad económica, es Italia, con una industria caracterizada por los altos volumen que maneja y por la excelente calidad de sus productos. El calzado, con un 62% de las ventas de la cadena, le siguen el cuero curtidos con el 27.0% y luego las manufacturas con el 12.8%.

En otro marco tenemos los Estados Unidos, con una producción de la cadena de cuero y sus manufacturas ha presentado un comportamiento desfavorable en los últimos años, por el traslado de la industria de calzado y de manufacturas de los países Asiáticos ha generado un contracción en la producción de 3.1% y 0.8% respectivamente.

En el caso China, es uno de los mayores productores de cuero curtido en el mundo, concentra un volumen importante de la producción mundial de manufacturas de cueros y en calzados es el productor más grande del mundo, fabricando el 50% del total mundial.

Hong Kong, es el segundo exportador de calzado el mundo después de China. Brasil es uno de los grandes jugadores del mercado mundial del cuero, este producto ha ganado prestigio y en la actualidad se utiliza mucho en la tapicería residencial, tradicionalmente eran manejados por proveedores Argentina y Uruguay, además tiene una de las tecnologías más avanzadas similar a la de los países desarrollados.

Durante el año 2005, las importaciones Colombianas desde este mercado fue de 1383 millones de dólares, mientras que las exportaciones totales de nuestro país hacia ese destino alcanzaron 141 millones, lo que significó una balanza comercial deficitaria para Colombia (Agencia Digital de Noticias, 2012).

En el año 2005 las exportaciones no tradicionales de Colombia hacia este mercado fueron de 117 millones de dólares, jalonadas por las mayores ventas de plásticos y cauchos, con participación de los 23%, químicos con el 17%.

Colombia importó artículos con alto valor agregados como los metalmecánicas, con participación del 21 %, maquinaria industrial con el 8.3%, vehículos con el 4% y otros 7%.

Brasil representa una competencia comercial para Colombia, al estar en capacidad de producir lo mismo, la nación brasilera tiene un gran potencial para el país ante el desarrollo de proyectos de inversión y de los programas de sustitución de importación.

El gobierno de Brasil considera que, para tener una efectiva integración sudamericana, hay que equilibrar el comercio entre los países. Para ello creo el programa de sustitución competitiva de importaciones, que tiene como objetivo asegurar las condiciones para que las exportaciones del país vecinos penetren en el mercado brasileño y con eso crear las condiciones para que las economías vecinas crezca, prosperen y lleguen a un crecimiento sostenido (Agencia Digital de Noticias, 2012).

1.5. EXPORTACIONES DE COLOMBIA HACIA BRASIL

Brasil es el socio comercial número 26 de Colombia, compite con nuestro país en casi todos los productos como es el calzado, la agroindustria, el cuero y el café.

La Balanza comercial entre Colombia y Brasil presentó un incremento positivo entre el 2002 y 2005, al pasar de 750 millones de dólares en 2002, a 1525 millones de dólares el año pasado.

2. CARACTERIZACIÓN DEL SUBSECTOR DEL CUERO CURTIDO EN COLOMBIA Y EN EL DEPARTAMENTO DEL ATLÁNTICO.

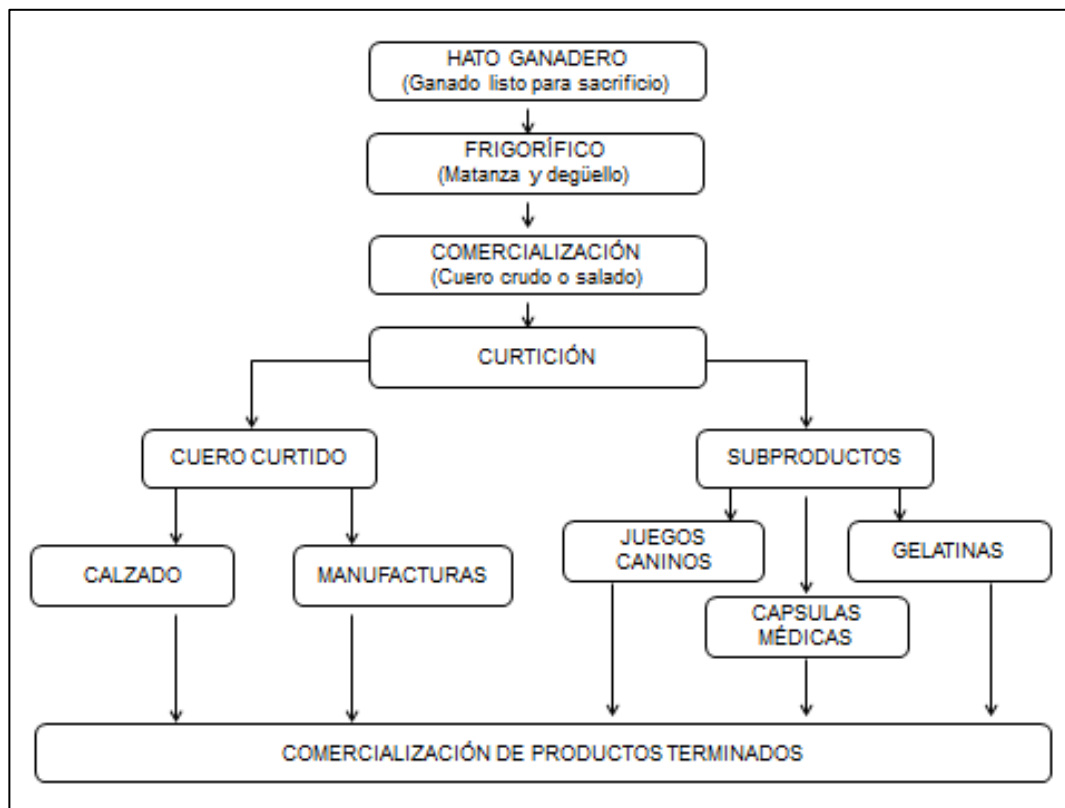
2.1. EL SECTOR DEL CUERO EN COLOMBIA: UNA MIRADA GENERAL

La industria del cuero y marroquinería comprende a las empresas dedicadas a la preparación, teñidos de pieles y manufactura de artículos de cuero, excepto el calzado. Técnicamente, la composición del sector, es descrita por los capítulos 41 “cueros y/o pieles”, y capítulo 42 “manufacturas de cuero y otros”, excepto las manufacturas de plástico o material textil, los artículos para usos técnicos (correas de transmisión) y las manufacturas de tripa, vejigas o tendones para la fabricación de cuerdas de tripa para instrumentos musicales, entre otros (Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Bogotá, 2004).

De acuerdo a las características del mercado en Colombia, el tipo de cuero con mayor volumen de producción es el bovino, en sus diferentes niveles de procesamiento: wetblue, crust y terminado.

A continuación se presenta un gráfico con las diferentes etapas del proceso de producción del cuero y los productos derivados de cada una de estas etapas:

Gráfica 1. Proceso productivo de la cadena del cuero y sus manufacturas.



Fuente: Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Bogotá. El mercado de Cuero y Marroquinería en Colombia.

2.1.1. Evolución de las exportaciones del sector del cuero en Colombia

Durante la primera mitad de la década del siglo XXI, las exportaciones Colombianas totales de calzado de cuero (entre los años 1999 y 2005) crecieron notablemente. En las exportaciones de calzado, en los años 2001 y 2004, se registró un crecimiento del 24% y 50% respectivamente, pero en el año 2002 la caída fue del 33%, con recuperación en el 2003 del 9%. Con respecto a las exportaciones de cuero, éstas igualmente han mostrado un aumento, aún más

significativo, con crecimiento sostenido en los períodos 1999-2001 y 2002-2004, pero con caídas en los años 2002 y 2005 (Villegas Alvarez & Zapata González, 2007).

Se evidencia la tendencia en el perfil exportador de Colombia: Las exportaciones en materias primas o productos semielaborados, como el cuero curtido o el cuero terminado, representan una mayor proporción de las exportaciones que las ventas de productos terminados con alto valor agregado, como el calzado de cuero. Mientras las cifras del año 1999 muestran que las exportaciones de calzado alcanzaron alrededor de los 30 millones de dólares, las de cuero totalizaron una cifra cercana a los 150 millones.

Además, si se miran los porcentajes de crecimiento, las exportaciones de cuero muestran mayores tasas de crecimiento interanual que las de calzado terminado. Las cifras de crecimiento también muestran una mayor capacidad de recuperación por parte del subsector del cuero en los años en los que ambos sectores han registrado tasas de crecimiento negativas, ya que el subsector del cuero tiende a crecer por encima del de calzado en los años de recuperación.

A pesar de registrar altos volúmenes de exportaciones en materia de cuero, Colombia también importa esta gama de productos, ya sea por escasez coyuntural en el mercado interno o la necesidad de algunas compañías en la industria de materia prima con una calidad más alta. Sin embargo, la tendencia siempre ha sido tener una balanza comercial superavitaria, con una amplia diferencia. Mientras en 1999, el superávit de la balanza comercial en el cuero se situaba en una aproximado de 90 millones de dólares, para el 2004 alcanzó a rondar los 130 millones hasta descender a menos de 120 millones en el 2005 (Villegas Alvarez & Zapata González, 2007).

2.1.2. Análisis del comportamiento de las exportaciones en el período 2009 – 2011

Generalmente los subsectores del cuero, el del calzado y la marroquinería se agrupan para formar un sector más amplio más amplio de la economía Colombiana: El cuero y sus derivados.

Así como en muchas otras áreas de la economía, en el marco de las exportaciones de los productos de esta industria, el país se ha caracterizado por tener una pronunciada tendencia hacia la exportación de materia prima en comparación con la exportación de productos terminados.

Como muestra la tabla 1, en los tres años de la muestra, 2009, 2010 y 2011, el subsector cuero representó una mayor proporción en las exportaciones con relación a la marroquinería y el calzado y sus partes. Mientras en el 2009, el país registró exportaciones de marroquinería por 63 millones de dólares (21,15% del total de la cadena) y en el renglón de calzado y sus partes por 111 millones (37,42% del total de la cadena), las exportaciones de cuero se ubicaron en 123,6 millones, casi el doble que los productos de marroquinería y representando el 41,43% del total de la cadena para las exportaciones de ese año (Ver gráfica 2).

Tabla 1. Exportaciones por subsectores y variación anual entre el 2010 y el 2011.

EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES DE CUERO, CALZADO Y MARROQUINERÍA DE ENERO A DICIEMBRE DE 2009 AL 2011 EN US\$FOB				
CAPITULO	2009	2010	2011	Var 11- 10
Cuero	123.614.575	123.146.652	153.203.902	24%
Marroquinería	63.100.077	76.999.530	79.590.501	3%
Marroquinería en US\$Fob*	62.711.253	76.700.275	79.240.602	3%
Marroquinería en Unidades*	27.330.886	33.107.757	39.837.936	20%
Calzado y sus partes	111.659.576	44.407.166	51.705.671	16%
Calzado en US\$FOB	26.581.937	28.217.159	33.905.607	20%
Calzado en No de pares	1.866.048	1.978.373	2.266.113	15%
Partes de calzado	85.077.639	16.190.007	17.800.064	10%
Total Cadena	298.374.228	244.553.348	284.500.074	16%
*Se excluyen las unidades en Kilogramos				
Fuente: DANE Cálculos: Dirección de Estudios Sectoriales-ACICAM (ACICAM, 2011)				

Para el año 2010, la tendencia respecto a la distribución de los subsectores que hacen parte de la cadena se mantuvo. Ese año, los 123,1 millones de dólares exportados por concepto de cuero representaron el 50,36% del total de la cadena.

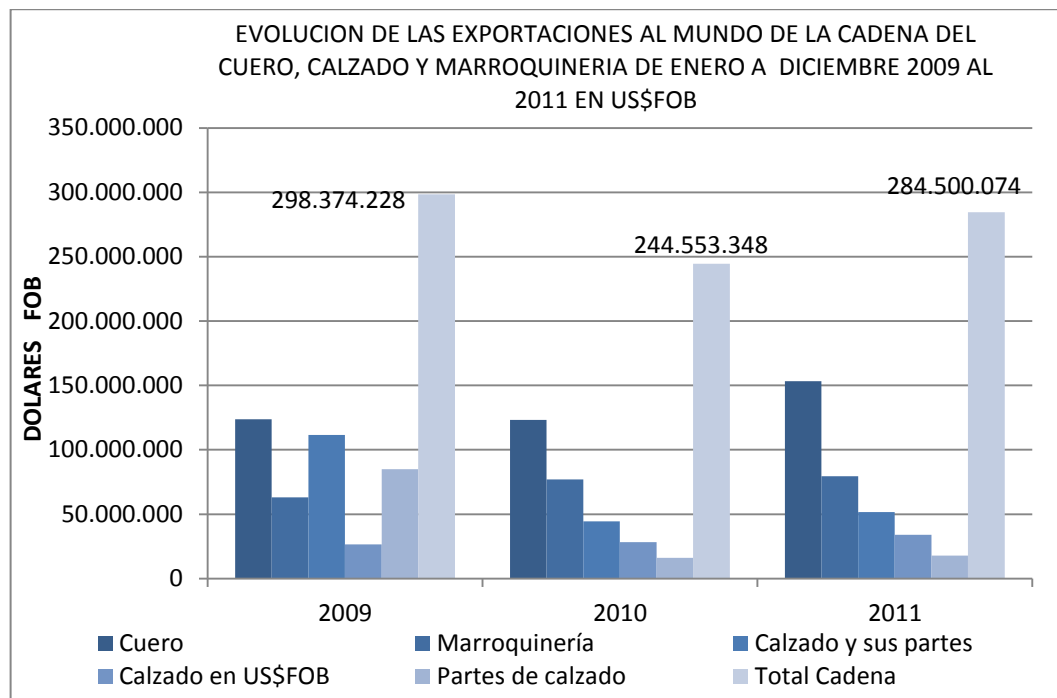
Por su parte el subsector de la marroquinería experimentó un crecimiento en sus exportaciones de alrededor del 22%, pasando de 63,1 millones a 76,9 y, en términos relativos, pasó de representar el 21,15% a 31,49% del total de las exportaciones de la cadena.

Por último, el segmento del calzado y sus partes experimentó un significativo descenso en sus exportaciones pasando de registrar exportaciones por valor de

111,6 millones de dólares en el 2009 a 44,4 millones de dólares en el 2010 (un decrecimiento del 60%), por lo cual pasó de representar el 37,42% de las exportaciones de la cadena en el 2009 al 18,16% en el 2010.

Fue este abrupto descenso la causa de que las exportaciones del total de la cadena mostraran resultados negativos en términos de crecimiento general: mientras en el 2009 las exportaciones del total de la cadena totalizaron 298,4 millones, en el 2010 se pasó a la cifra de 244,5 millones, lo que representa un descenso del 18%. (Ver gráfico 2)

Gráfica 2. Evolución de las exportaciones al mundo de la cadena del cuero, calzado y marroquinería de enero a diciembre 2009 al 2011 en US\$ FOB



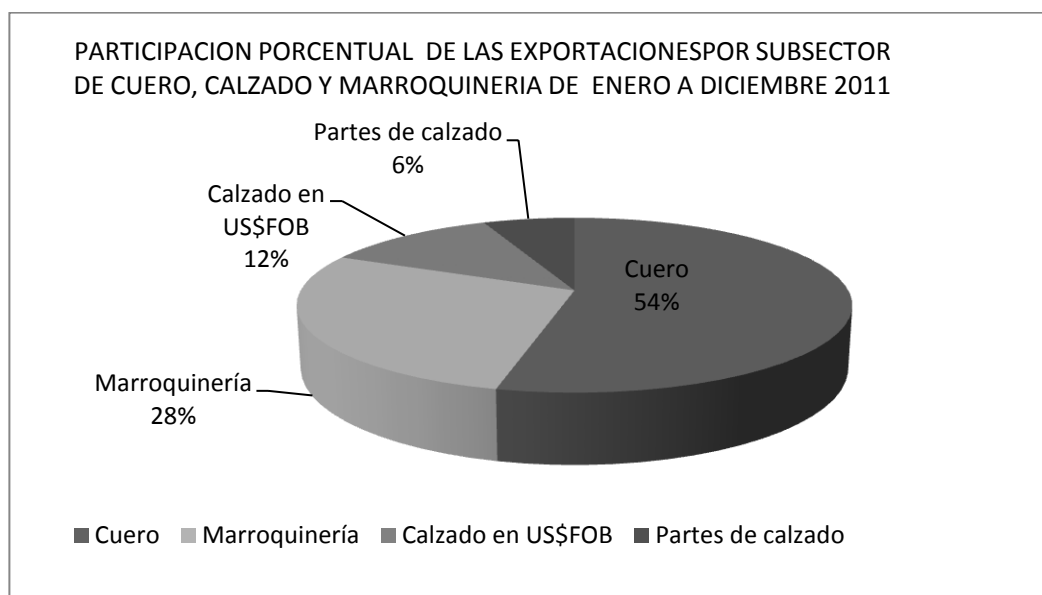
Fuente: DANE Cálculos: Dirección de Estudios Sectoriales-ACICAM (ACICAM, 2011)

En el último año de la muestra, 2011, las exportaciones del total de la cadena mostraron un comportamiento ascendente, contrario a lo sucedido en período

anterior (2009-2010), pasando de 244,5 millones de dólares en 2010 a 284,5, lo que revela un crecimiento del 16,3%.

De los tres subsectores, el de la exportación de cuero fue el que mejor desempeño mostró: un crecimiento del 24%, comparado con 3% para el subsector de la marroquinería y 16% para el del calzado y sus partes, logrando de esta forma representar, con un 54%, más de la mitad del total de las exportaciones de la cadena. (Ver gráfico 5)

Gráfica 3. Participación porcentual de las exportaciones por subsector de cuero, calzado y marroquinería de enero a diciembre 2011



Fuente: DANE, Cálculos: Dirección de Estudios Sectoriales-ACICAM (ACICAM, 2011)

El subsector de la marroquinería, a pesar de haber disminuido su participación relativa en el total de la cadena, pasando de 31,49% a 27,9%, registró un crecimiento de las exportaciones totales en cifras absolutas: mientras en el 2010,

se registraron exportaciones por valor de 76,9 millones de dólares FOB, en el 2011 la cifra se situó en 79,59 millones.

Igual tendencia se evidenció en el subsector del calzado y sus partes, el cual mantuvo una participación relativa del 18%, pero en cifras se pasó de exportar 44,4 millones en 2010 a 51,7 millones en el 2011.

2.1.3. Principales tipos de cuero exportados - posiciones arancelarias

De los diferentes tipos de cuero existentes y que son exportados desde Colombia, la posición arancelaria 4104110000, que incluye los cueros y pieles, curtidos, de bobino incluido el búfalo o de equino, en estado húmedo plena flor sin dividir, o divididos con la flor, es el tipo de cuero más exportado por el país.

Para el año 2011, de los 153,2 millones de dólares FOB exportados, 61,1 millones, o el 40%, fueron exportaciones de este tipo de cuero. (ver tabla 2 y gráfico 3)

Tabla 2. Principales tipos de cueros exportados.

EXPORTACIONES DE CUERO DE ENERO A DICIEMBRE DE 2011 EN US\$FOB			
	NANDINA	2011	
	4104110000	61.128.993	
	4107920000	20.751.386	
	4107990000	19.194.940	
	4101500000	12.892.473	
	4104190000	11.579.690	
	OTRAS	27.656.420	
	TOTAL	153.203.902	
Fuente: DANE			
Cálculos: Dirección de Estudios Sectoriales-ACICAM			

Fuente: DANE Cálculos: Dirección de Estudios Sectoriales-ACICAM (ACICAM, 2011)

Gráfica 4. Principales productos exportados de cuero de enero a diciembre de 2011 en dólares FOB.



Fuente: Dirección de Estudios Sectoriales- ACICAM (ACICAM, 2011)

Otros tipos de cuero exportados incluyen las posición arancelarias 4107920000 (Los demás cueros y preparados después del curtido secado y pieles apergaminadas, divididos con la flor) por valor de 20,7 millones de dólares, cifra que representó un 13,54% para el año 2011 del total de todos los tipos de cuero exportados.

A su vez, la posición arancelaria 4107990000 (Los demás cueros preparados después del curtido o secado y cueros y pieles apergaminados) registró ventas por valor de 19,2 millones de dólares, situándose en un 12,53% del total de cueros exportados.

Tabla 3. Principales tipos de cueros exportados por Colombia en el 2011 con su respectiva descripción.

4104110000	Cueros y pieles, curtidos, de bobino incluido el búfalo o de equino, en estado húmedo plena flor sin dividir, divididos con la flor
4107920000	Los demás cueros y preparados después del curtido secado y pieles apegaminadas Divididos con la flor
4107990000	Los demás cueros preparados después del curtido o secado y cueros y pieles apegaminados
4101500000	Cueros y pieles enteros, de peso unitario superior a 16 kg de Bobino incluido el de Búfalo
4104190000	Los demás cueros y pieles curtidos de bobino, incluido el de equino en estado húmedo plena flor sin dividir, divididos con la flor

Fuente: Dirección de Estudios Sectoriales-ACICAM (ACICAM, 2011)

Estos tres tipos de cueros representaron dos tercios de las exportaciones colombianas de cuero para el año 2011.

2.1.4. Países destino de las exportaciones

Cómo es lógico para la cadena de producción de cualquier bien, los principales mercados para las exportaciones Colombianas de cuero son aquellos que son centros de producción de calzado y de artículos elaborados con cuero como bolsos, billeteras, carteras, cinturones y demás. Italia es sin duda un gran centro de producción de artículos de modas y de vestir a nivel global, razón por la cual demanda altos volúmenes de materias primas para el satisfacer las necesidades de dicho mercado.

Con una cifra superior a las 37 millones dólares, este país compró el 24,28% de las exportaciones colombianas de cuero en el 2011.

Tabla 4. Exportaciones de cuero por país de destino – 2011

EXPORTACIONES DE CUERO POR PAIS DESTINO DE ENERO A DICIEMBRE DE 2011 EN US\$FOB		
PAÍS	2011	
ITALIA	37.199.391	
CHINA	29.676.950	
TAILANDIA	13.949.488	
HONG KONG	12.929.753	
TAIWAN (FORMOSA)	8.947.848	
OTROS PAISES	50.500.473	
TOTAL	153.203.902	
Fuente: DANE		
Cálculos: Dirección de Estudios Sectoriales-ACICAM		

Fuente: Fuente: Dirección de Estudios Sectoriales-ACICAM (ACICAM, 2011)

En segundo lugar se ubica China con una cifra de importaciones de cuero originadas en Colombia de 29,67 millones de dólares, representando el 19% de las ventas al exterior de Colombia en este producto.

Este país se ha venido posicionando en los últimos años como un gran centro de producción de la industria del calzado, por lo cual se ha convertido en un socio importante para Colombia en esta industria. Un punto particular de los negocios con China en este producto es que el país cuenta con sus propias curtiembres para la elaboración de cuero terminado, por lo que, una gran proporción de sus importaciones es cuero en una etapa semi-elaborada o en condición bastante primaria (Aguirre, 2012)

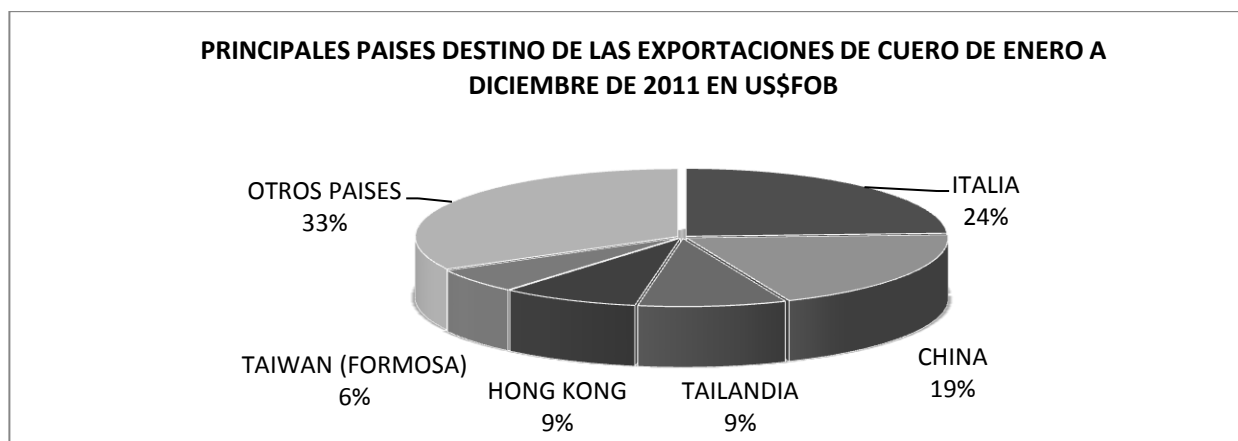
Otros tres países de la región de Asia Oriental, Tailandia, Hong Kong* y Taiwán completan el listado de los cinco principales socios de Colombia en este mercado.

Los tres países absorbieron el 23,39% de las exportaciones colombianas con cifras de 9,1, 8,4, y 5,8 millones de dólares, respectivamente. (Ver Gráfico 4)

Con China a la cabeza, la región se convirtió en el centro de actividad industrial en los últimos años, por lo que la demanda de materias como el cuero, ha ido en aumento.

Estos cinco países representaron casi un 68% de las exportaciones colombianas de cuero en el 2011.

Gráfica 5. Principales destinos de las exportaciones colombianas de cuero - Año 2011



Fuente: Dirección de Estudios Sectoriales-ACICAM (ACICAM, 2011)

2.1.5. Destino de las exportaciones con relación al mercado venezolano

Así como para muchos productos y sectores de la economía colombiana, para el subsector del cuero, Venezuela tradicionalmente había sido una de los principales mercados para el país.

Sin embargo, con la coyuntura de las relaciones internacionales entre ambos países, dentro de los que se cuenta los retrasos en los pagos a las importaciones,

las ventas a ese mercado mostraron un significativo descenso por lo que éste ha perdido su importancia para los productores colombianos.

En el año 2009, el total de la cadena de cuero, marroquinería y calzado registró exportaciones por valor de 298,4 millones dólares, de los cuales sólo el mercado venezolano representó 153,5 millones, es decir, más del 51% (comparar Tablas 5 y 6). Si se toma en cuenta sólo las exportaciones de cuero, para el mismo año, de los 123,6 millones de dólares en exportaciones, 62,7 millones de dólares fueron ventas sólo al mercado venezolano (50%) y el restante tuvo como destino otros países.

Tabla 5. Destino de las exportaciones sin tener en cuenta a Venezuela.

EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES SIN VENEZUELA DE CUERO, CALZADO Y MARROQUINERÍA DE ENERO A DICIEMBRE DE 2009 AL 2011 EN US\$FOB				
CAPITULO	2009	2010	2011	Var 11-10
Cuero	60.874.242	117.398.848	145.422.716	24%
Marroquinería	58.358.275	71.561.372	72.921.647	2%
Marroquinería en US\$Fob*	57.983.652	71.263.178	72.571.748	2%
Marroquinería en Unidades*	26.556.653	32.554.148	38.959.407	20%
Calzado y sus partes	25.704.911	34.734.700	44.114.725	27%
Calzado en US\$FOB	14.640.835	22.076.845	29.711.967	35%
Calzado en No de pares	909.217	1.440.008	1.963.236	36%
Partes de calzado	11.064.077	12.657.855	14.402.758	14%
Total Cadena	144.937.429	223.694.920	262.459.088	17%
*Se excluyen las unidades en Kilogramos				
Fuente: DANE Cálculos: Dirección de Estudios Sectoriales-ACICAM (ACICAM, 2011)				

Para el año 2011, las ventas de cuero al exterior registraron una leve disminución de 123,6 a 123,1 millones de dólares.

Sin embargo, se dividen esas ventas entre los mercados de destino, Venezuela pasó de importar cuero colombiano por valor de 62,7 millones a 5,7 millones. Lo anterior representó una impresionante caída del 90,84% respecto al año anterior sólo a ese mercado.

Sin embargo, el total de las exportaciones no demostró tal caída debido al crecimiento que se logró en exportaciones al resto de los mercados, pasando de 60,8 a 117,4 millones, lo cual en términos relativos representa un crecimiento del 93%. (Ver tabla 5)

Tabla 6. Exportaciones teniendo en cuenta sólo el mercado de Venezuela.

EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES A VENEZUELA DE CUERO, CALZADO Y MARROQUINERÍA DE ENERO A DICIEMBRE DE 2009 AL 2011 EN US\$FOB				
CAPITULO	2009	2010	2011	Var 11-10
Cuero	62.740.333	5.747.804	7.781.186	35%
Marroquinería	4.741.801	5.438.158	6.668.854	23%
Marroquinería en US\$Fob*	4.727.601	5.437.097	6.668.854	23%
Marroquinería en Unidades*	774.233	553.609	878.529	59%
Calzado y sus partes	85.954.665	9.672.466	7.590.946	-22%
Calzado en US\$FOB	11.941.103	6.140.314	4.193.640	-32%
Calzado en No de pares	956.831	538.365	302.877	-44%
Partes de calzado	74.013.562	3.532.152	3.397.306	-4%
Total Cadena	153.436.799	20.858.428	22.040.987	6%
*Se excluyen las unidades en Kilogramos				
Fuente: DANE Cálculos: Dirección de Estudios Sectoriales-ACICAM (ACICAM, 2011)				

Para el año 2011, la tendencia hacia el mercado venezolano fue al crecimiento con un porcentaje del 35%, comparado con un 24% de crecimiento hacia los otros mercados.

Sin embargo, en este caso los términos absolutos son los que demuestran la importancia y crecimiento real a cada uno de los destinos del cuero.

Si bien es cierto que este 35% está representado por un aumento de 5,7 a 7,8 millones de dólares, esta última cifra está muy por debajo de los 62,7 millones exportados en 2009 y se trata de sólo una diferencia de cerca de 2 millones en FOB.

Por otro lado, para los demás mercados excluyendo a Venezuela, el crecimiento del 24% estuvo representado por un aumento en el valor de las exportaciones del

cuero 117,4 a 145,4 millones de dólares FOB, lo que en valores absolutos se traduce en una diferencia de más de 28 millones.

La importancia de este crecimiento para los mercados excluyendo a Venezuela es más significativas se tiene en cuenta que la cifra de 145,4 millones en 2011 demuestra un crecimiento de 139% respecto a dos años atrás (2009) cuando el valor exportado fue de 60,8 millones.

2.1.6. Principales departamentos de origen de las exportaciones

El Departamento del Atlántico está posicionado en Colombia como una de las principales fuentes de las exportaciones de cuero.

Para el año 2011 se logró una cifra de alrededor de 38,9 millones de dólares FOB en exportaciones, es decir una cuarta parte (26%) de lo que el país exportó ese año. (Ver gráfico 9).

En primer lugar se ubicó el Departamento de Antioquia con ventas de 54.7 millones de dólares equivalente al 36%. En tercer lugar Bogotá y Cundinamarca lograron ventas al exterior superiores a los 31 millones y el vecino departamento de Bolívar se ubicó en un cuarto lugar con una cifra de 21,1 millones.

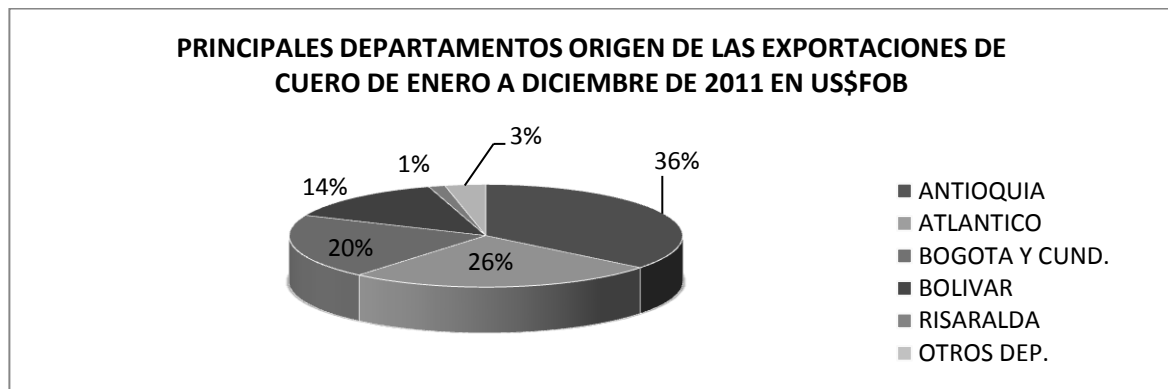
Tabla 7. Exportaciones de cuero por departamento origen de enero a diciembre de 2011 en US\$FOB

EXPORTACIONES DE CUERO POR DEPARTAMENTO ORIGEN DE ENERO A DICIEMBRE DE 2011 EN US\$FOB				
	DPTO	2011		
	ANTIOQUIA	54.701.516		
	ATLÁNTICO	38.924.317		
	BOGOTÁ Y CUND.	31.191.682		
	BOLÍVAR	21.189.708		
	RISARALDA	2.075.095		
	OTROS DEP.	5.121.585		
	TOTAL	153.203.902		
	Fuente: DANE			
	Cálculos: Dirección de Estudios Sectoriales-ACICAM (ACICAM, 2011)			

Los cuatros Departamentos en su conjunto representaron el 95% de las exportaciones Colombianas de cuero, de lo cual se puede concluir que las zonas donde se logra una producción más alta de cueros son aquellas cercanas a las zonas de ganaderías y donde la exportación del producto es más viable.

Por ejemplo, en la Costa Caribe Colombiana hay Departamentos que tiene un potencial de producción más alto que el del Atlántico, pero que, debido a la capacidad instalada para transformación de la materia prima y su vocación de concentrarse en el mercado interno, no registran estos niveles de ventas al exterior en el producto (Aguirre, 2012)

Gráfica 6. Principales departamentos origen de las exportaciones de cuero de enero a diciembre de 2011 en US\$FOB.



Fuente: Dirección de Estudios Sectoriales-ACICAM (ACICAM, 2011)

2.2. EL SECTOR DEL CURTIDO DE CUERO EN EL DEPARTAMENTO DE ATLÁNTICO

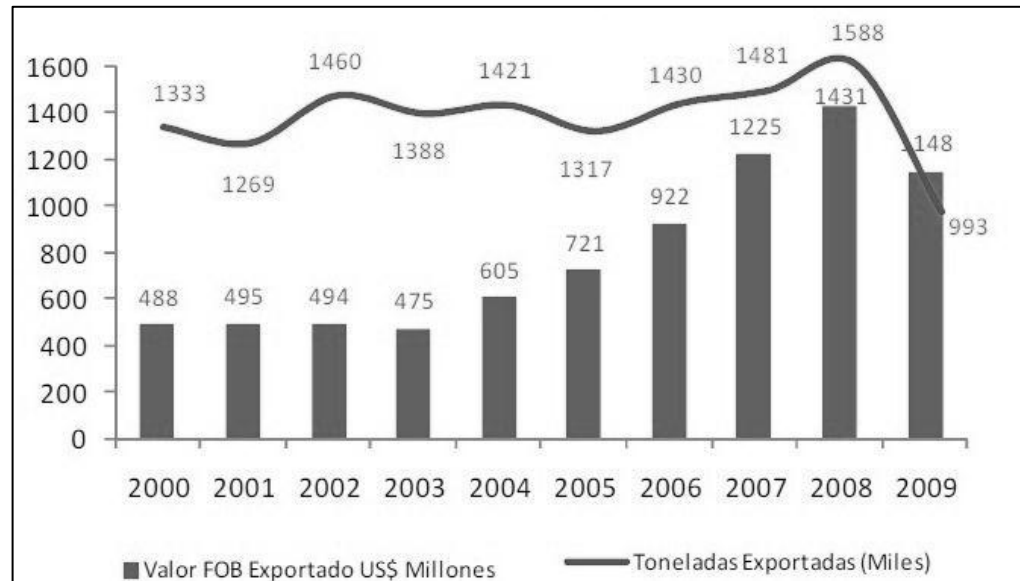
2.2.1. Perfil del comercio internacional del departamento del atlántico

Exportaciones Totales

Durante el periodo 2000-2009, las exportaciones del departamento mostraron un creciente dinamismo, mostrando un aumento anual en promedio de 13,2%, pasando de US\$ 488 millones a US\$ 1.148 millones.

Hernández Burgos (2010) argumenta: “En el año 2009, hubo un decrecimiento del 19.8% (US\$ 283 millones) del valor exportado frente al 2008. Para ese mismo año, la participación del valor exportado por el Atlántico fue del 3.5% dentro del valor total exportado a nivel nacional, mientras que considerando únicamente las exportaciones no tradicionales del país, la participación del Atlántico se ubica en el 7%” (p. 15).

Gráfica 7. Valor y Toneladas exportadas departamento del Atlántico 2000 – 2009



Fuente: Fundesarrollo (Fundesarrollo y Cámara de Comercio de Barranquilla, 2010)

Considerando sólo el volumen, las exportaciones revelaron un crecimiento negativo a una tasa anual de 0.6% durante la década 2000-2009, reportando un drástico descenso del 37.5% (595 toneladas) en el año 2009 frente al año anterior.

Por su parte, el valor por tonelada exportada en el año 2009 se ubicó en US\$ 1.157, siendo superior en 28.4% al valor registrado en 2008, y reportó un crecimiento promedio del 13.8%, en el período 2000-2009.

La mayor proporción de las exportaciones del Atlántico está agrupada en el sector de la industria. Esta rama de la economía participó con el 94% del valor total exportado para el periodo 2000-2009 creciendo anualmente al 12.5%.

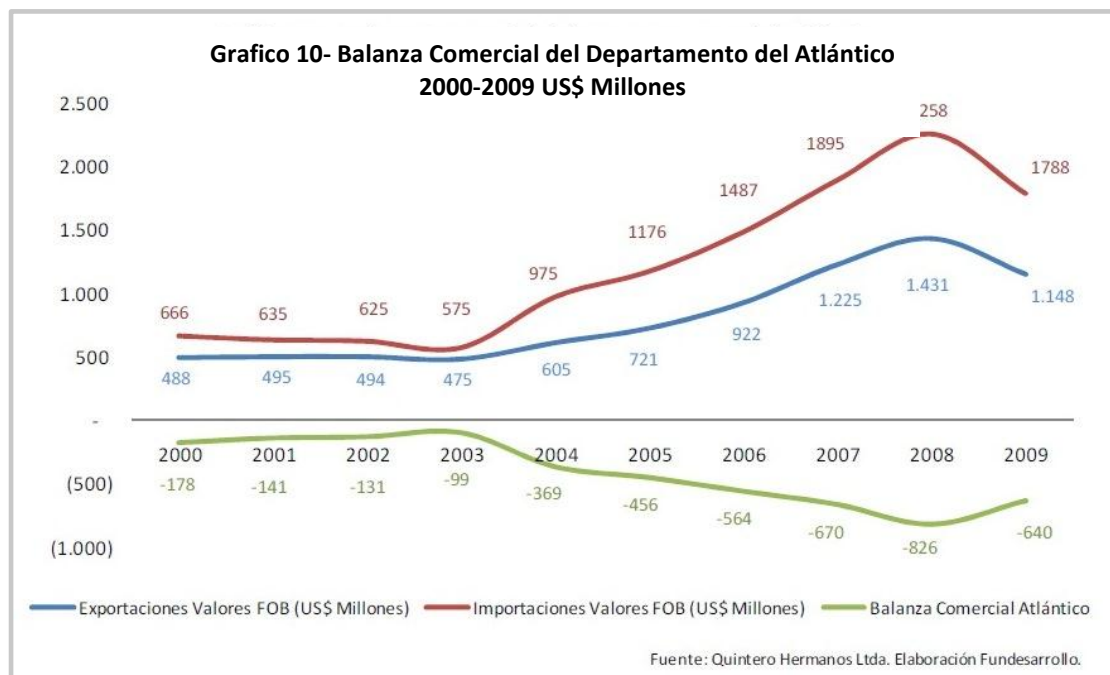
En promedio, el valor de las ventas externas por estos subsectores contribuyó con el 66% del valor industrial y con el 62% del valor total, lo cual revela el alto grado de concentración de las exportaciones industriales y totales del departamento. A este grupo de subsectores le sigue el conformado por textiles, minerales no

Metálicos, otras industrias no especificadas previamente y cueros y calzado con una participación compartida del 21% en el año 2009, y del 26% para el período en cuestión (Fundesarrollo y Cámara de Comercio de Barranquilla, 2010).

Balanza Comercial Global

El Atlántico ha sido históricamente un departamento en esencia importador, situación que se ve reflejada en el persistente déficit de su balanza comercial, creciendo anualmente en promedio 2%, con algunos períodos de disminución, como el período 2000-2003, donde se pasó de US\$178 millones en el año 2000 a US\$ 99 millones en el 2003, es decir, reduciendo el déficit en 44.2% (US\$ 79 millones).

Gráfica 8. Balanza Comercial del Departamento del Atlántico 2000-2009 US\$ Millones



Fuente: Quintero Hermanos Ltda. Elaboración Fundesarrollo (Fundesarrollo y Cámara de Comercio de Barranquilla, 2010)

Comenzando en el 2004, el déficit inicia un período de profundización, ubicándose ese año en US\$369 millones hasta tocar la suma de US\$826 millones en 2008; finalmente, en el 2009 se recupera en 23%, bajando hasta los US\$640 millones.

De manera específica, en el período años 2003-2008, durante el cual se acentúa el déficit, el crecimiento promedio de las exportaciones totales del departamento fue del 22% frente al 26% de las importaciones. En cuanto a las exportaciones del sector Industrial, éstas alcanzaron un crecimiento promedio del 12%, mientras que las importaciones del mismo sector lo hicieron en un 14%.

En gran parte, la responsabilidad por el crecimiento del déficit puede ser atribuida al sector de los productos químicos, el cual cuenta con el 37% de la participación de las exportaciones de la industria local. Sin embargo, sus importaciones fueron 2.2 veces mayores frente a sus exportaciones durante todo el período 2000-2009.

Otro sector con un alto grado de responsabilidad es el de metalmecánica, que en el 2004 presentó una significativa caída, debido a que sus ventas al exterior crecieron a una tasa del 75%, contra un 123% alcanzado en las importaciones, lo cual propició una caída significativa en la balanza comercial industrial y, consecuentemente, en el total departamental.

Es interesante resaltar que en el período 2002-2003, el superávit conjunto de los sectores Alimentos y Bebidas y Metalmecánico, logró que se registrara un superávit para la industria de US\$52 y US\$65 millones, lo que a su vez tuvo un impacto en la reducción del déficit.

Si bien es cierto que el subsector de bebidas y alimentos apenas representa el 8% de las exportaciones de la actividad industrial departamental, el superávit registrado por este durante todo el período pudo compensar un poco el déficit que registraron otros subsectores de relativa importancia: químico y metalmecánico (Fundesarrollo y Cámara de Comercio de Barranquilla, 2010)

2.2.2. Análisis de la oferta del subsector del cuero.

A nivel nacional, el amplio mercado de la cadena del cuero y sus manufacturas está dominado por los Departamentos de Antioquia, Valle, Cundinamarca y Bogotá, Atlántico y Santander.

El Departamento de Atlántico ocupa un lugar importante en el subsector de la producción de pieles curtidas. De acuerdo con cifras del departamento nacional de planeación, el Atlántico produjo el 20,98% de las pieles curtidas del país, mientras que en la elaboración de partes de calzado apenas alcanza un 16% (Tabla 8).

Por otro lado, en los subsectores de producción de calzado y en el de marroquinería, el Atlántico no tiene una posición de importancia. Lo anterior evidencia la vocación del departamento hacia la producción de materias primas y productos semielaborados que a la producción de bienes finales hacia el consumidor

Tabla 8. Principales productores regionales según producción por sub-sectores

Tabla 8. Principales productores regionales según producción por sub-sectores año 2008							
Producción de calzado		Producción de pieles curtidas		Elaboración partes de calzado		Elaboración de marroquinería y maletas	
Antioquia	27,07%	Antioquia	45,22%	Bogotá	32,72%	Bogotá	65,19%
Valle	26,90%	Atlántico	20,98%	Valle	24,09%	Antioquia	19,02%
Bogotá	20,23%	Bolívar	11,08%	Atlántico	16,03%	Valle	11,96%
Caldas	9,54%	Valle	7,02%	Norte de Santander	15,64%	Santander	2,19%
Otros	16,26%	Otros	15,70%	Otros	11,52%	Otros	1,64%

Fuente: Departamento de Planeación Nacional. (Ortiz Lozano & Quintero Mejía, 2010, pág. 3)

2.2.3. Evolución de las exportaciones.

Con una participación promedio, sobre el total exportado, de más del 90% en el etapa comprendida entre 2000 y 2009. El sector industrial figura con la mayor proporción de las exportaciones totales de departamento del Atlántico.

De éstas, las exportaciones del sector cueros y calzado de cuero (de las cuales el cuero representa la mayor proporción) se ubicaron en una posición de mediana importancia si se le compara con otros sectores como el de productos químicos, metalmecánica y alimentos y bebidas, pero a pesar de esto, logran un impacto significativo sobre las exportaciones del sector industrial del Departamento.

Tabla 9. Exportaciones industriales del Departamento del Atlántico.

Tabla 9. Exportaciones industriales del Departamento del Atlántico						
Subsectores	2000 - 2009 (US\$ Millones FOB)			Período 2000 - 2009		
	2000	2005	2009			
	Valor	Valor	Valor	Part. Promedio de la industria	Part. Promedio Total	Crecimiento promedio 2000-2009
Productos químicos	147,2	179,8	362,8	29,20%	27,60%	10,90%
Metalmecánica	97,7	195	277,9	23,90%	22,50%	16,40%
Alimentos y bebidas	72,1	77,2	133,3	12,40%	11,70%	10,40%
Textiles	36,3	44,9	77,3	8,30%	7,80%	23,20%
Minerales no metálicos	41,3	72,3	74,4	9,30%	8,70%	8,60%
Otras industrias	28,7	39,6	47,7	5,90%	5,60%	7,20%
Cueros y Calzados	25,9	30,6	23,5	4,80%	4,50%	1,60%
Madera y sus manufacturas	10,1	16,3	19,6	2,30%	2,20%	9,60%
Papel, imprenta y editorial	4,8	5,5	19,3	1,10%	1,10%	22%
Caucho y plástico	4,2	14,6	18,1	1,40%	1,30%	23%
Confecciones	4,3	13,8	10,8	1,50%	1,40%	21,80%
Total Industrial	472,6	689,6	1064,7	100%	94,30%	10,60%
Total Exportaciones	487,9	720,6	1148,2		100%	11,30%

Fuente: Quintero Hermanos Ltda (Fundesarrollo y Cámara de Comercio de Barranquilla, 2010)

Las exportaciones de cueros y calzado pasaron de 25,9 millones de dólares FOB en el 2000 a 30,6 millones en 2005 y luego registraron un descenso a 23,5 millones en el 2009.

Tomando como referencia el período 2000-2009, su participación promedio sobre el total de las exportaciones fue de 4,5%, y sobre el total de las exportaciones industriales de 4,8%. A pesar del descenso mostrado en el valor de las exportaciones en el período transcurrido del 2005 al 2009, el crecimiento promedio de las exportaciones del este sector fue del 1,6% partiendo del 2000 hasta el año 2009 (Fundesarrollo y Cámara de Comercio de Barranquilla, 2010).

3. VARIABLES QUE INCIDEN EN EL COMERCIO INTERNACIONAL DEL CUERO

3.1. LA TASAS DE CAMBIO EN EL COMERCIO INTERNACIONAL

Unas de las variables que incide directamente en el comercio internacional de cualquier bien o servicio son las tasas de cambio de una moneda frente a la otra, dado que estas últimas afectan el precio del bien o servicio en negociación.

Es por esto que los gobiernos y sus autoridades económicas siempre están alertas a las fluctuaciones que pueden sufrir sus monedas locales frente a las otras divisas, en especial frente al dólar, que es la moneda vehículo para la mayoría de transacciones en el mercado internacional.

Contar con una moneda “débil” o depreciada frente a las demás es especialmente importante para las economías cuya fortaleza son las exportaciones o lo que desean promover las exportaciones como motor de crecimiento.

Esto es porque el caso opuesto, es decir la fortaleza de la divisa, rebaja sus beneficios en el extranjero una vez repatriados, al tiempo que encarece sus exportaciones y abarata las importaciones.

En años recientes, con la crisis económica desatada en el año 2008 y la subsecuente recuperación económica que deben emprender todos los países afectados, las tasas de cambio han tomado un papel protagónico, dado que muchos países se tomado la tarea de influir en el mercado cambiario y evitar que sus respectivas monedas se fortalezcan ya que restaría competitividad a sus productos y, por tanto, lastraría sus exportaciones.

Tal ha sido el fenómeno que algunos analistas económicos han denominada este conjunto de políticas la *guerra de divisas*.

En conclusión, las tasas de cambio son una de las variables más significativas en el comercio internacional. Las empresas exportadoras deben siempre estar al tanto de éstas. Para ellas, es crucial entender los conceptos de revaluación y devaluación.

3.2. REVALUACIÓN Y DEVALUACIÓN

La revaluación se define como el tipo de cambio de una moneda elevando su valor con respecto a otra u otras. La devaluación por el contrario es la pérdida de valor de la moneda nacional frente a otras; es decir, se requiere mayor cantidad de unidades monetarias nacionales para comprar una de moneda extranjera

Existen muchas causas para que suceda este evento como por ejemplo disminución de la demanda de la moneda local en el mercado internacional, o aumento de oferta divisas en el mercado local, Falta de confianza en la económica interna por parte de inversionistas.

La devaluación del peso Colombiano favorece sin duda a los exportadores, ya que a la hora de cambiar a la moneda local el dinero lo que ganaron en divisas, van a tener mayor cantidad de peso, aumentando su utilidad, incentivando así a disminuir el valor de los productos a exportar y vender más en el exterior.

3.3. EFECTOS DE LA DEVALUACIÓN-REVALUACIÓN EN EL COMERCIO INTERNACIONAL DE COLOMBIA.

Las tendencias y el comportamiento de la tasa de cambio suscitan diversas reacciones dentro de la comunidad empresarial del país, sin importar la tendencia que presente en el mercado. Cuando el peso colombiano se aprecia (caída en la tasa de cambio) son los exportadores los primeros en solicitar a las autoridades

macroeconómicas medidas para controlar esta dinámica, debido a que sus productos se hacen menos competitivos en el extranjero y sus utilidades tienden a disminuir.

Cuando el peso se deprecia (alza en la tasa de cambio) son los importadores los que resultan más perjudicados, como consecuencia de los costos más elevados en sus productos. En ambos casos siempre hay ganadores y perdedores, lo que genera presiones continuas sobre las entidades macroeconómicas del país para reducir su volatilidad (Alayón, 2011).

En la siguiente tabla se encuentra la tasa de cambio del dólar a pesos colombianos en fechas seleccionadas al azar de los últimos cinco años.

Tabla 10. Tasa de cambio del peso frente al dólar en fechas seleccionadas

Fecha	Valor en pesos de un dólar
Junio 27 de 2008	\$ 1.899,15
Febrero 20 de 2009	\$ 2.581,5
Mayo 7 de 2010	\$ 2024
Mayo 27 de 2011	\$ 1.820,19
Abril 5 de 2012	\$ 1.772,5

Fuente: Google Finance, Elaboración: Los autores

Tomando como referencia las tasas de junio del 2008 y las de febrero de 2009, la tendencia en este periodo fue a la devaluación dado que mientras en junio del 2008 por cada dólar exportado, los empresarios recibían 1.899,15 pesos, en febrero pasaron a recibir \$2.581,5. Sin duda, la devaluación es beneficiosa para los exportadores.

En este mismo caso, si una empresa realiza una venta al exterior por valor de 100.000 dólares, esa misma empresa pasaría de registrar ingresos por valor de 189 millones en junio del 2008 a 258 millones en febrero del 2009.

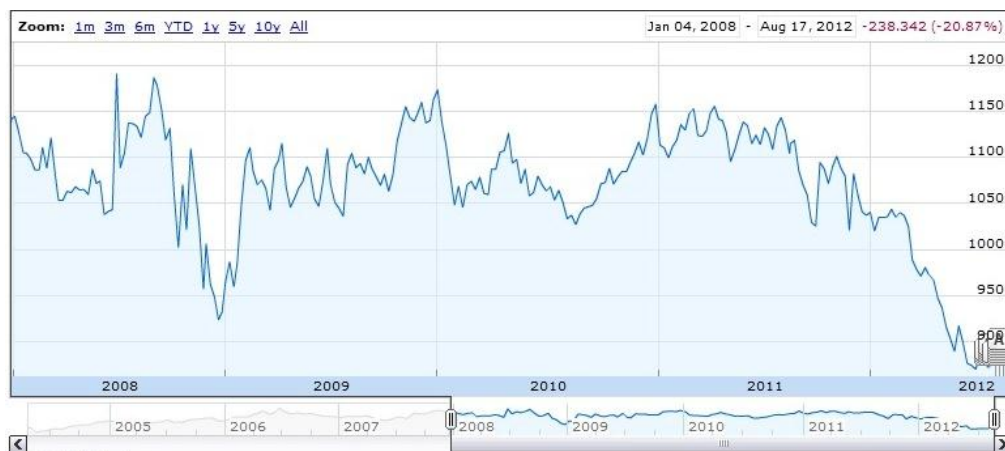
El caso contrario, o sea la revaluación, tiene una incidencia negativa sobre el nivel competitivo de las exportaciones en el mercado internacional. La tendencia de la moneda colombiana ha sido a revaluarse en los años siguientes.

Siguiendo con el mismo ejemplo hipotético, si la empresa que realiza exportaciones vende los mismos 100.000 dólares, para las fechas de mayo de 2010, mayo de 2011 y abril de 2012, estaría percibiendo como ingresos 202,4 millones, 182 millones, y 177,2 millones de pesos, respectivamente.

Es debido a esto que los exportadores ven en una alta revaluación de la moneda nacional una amenaza para su actividad y las autoridades económicas del país emplean políticas macroeconómicas para de cierta forma proteger la industria nacional.

3.4. TENDENCIA DEL PESO FRENTE AL REAL BRASILEÑO.

Gráfica 9. Valor de un real en pesos colombianos. 2008 – agosto de 2012.



Fuente: Google Finance (Google Inc.)

Durante los últimos tres años, en el período de febrero de 2009 hasta los últimos meses del 2011, la tasa de cambio del real brasileño frente al peso colombiano

había fluctuado en el rango entre los 1000 y los 1.172 pesos colombianos por cada real.

Sumado a esto, los tipos de cambio manejados en el 2008, el peso ha sido una moneda relativamente débil frente al real. Sólo en los últimos meses del 2008 fue cuando se presentó una revaluación del peso, que luego fue superado por la devaluación presentada a lo largo del 2009, en el cual el real no bajó de los mil pesos.

La anterior situación es una coyuntura ideal para el desarrollo de las exportaciones desde Colombia hacia ese país. Sin embargo, la realidad muestra lo contrario porque la balanza comercial entre ambos ha sido tradicionalmente deficitaria para Colombia, dado que es mayor el valor importado desde ese país que lo que se exporta hacia éste.

En los años 2009, 2010, 2011, el peso colombiano estuvo relativamente devaluado frente al real brasileño, lo que significó mayores oportunidades para los exportadores colombianos hacia ese mercado.

Sin embargo la balanza comercial para esos años fue deficitaria. Por ejemplo en el año 2009, se registraron exportaciones por 576 millones de dólares, mientras que las importaciones fueron por valor de 2.030 millones USD. Lo anterior representó para Colombia, un déficit en la balanza con Brasil de 1.208 millones de dólares.

En el año 2012, la tendencia del peso frente al real ha sido a revaluarse, lo que indica que los importadores Colombianos tienen durante el transcurso de este año el incentivo a realizar mayores compras del mercado brasileño, al tiempo que los exportadores colombianos, al recibir menos pesos por cada real vendido, tienen un menor estímulo a seguir vendiendo hacia ese mercado. Lo anterior promueve el incremento del déficit comercial con Brasil.

3.5. TENDENCIA DEL REAL BRASILEÑO FRENTE AL DÓLAR.

Gráfica 10. Valor de un dólar en reales brasileños. 2008 – agosto de 2012.



Fuente: Google Finance (Google Inc.).

Cuando se presentó la crisis económica mundial en los meses finales del 2008, en el mercado de divisas un dólar se cambiaba por alrededor de 2,46 reales brasileños.

A partir de ese momento y durante el transcurso de los años 2009, 2010 y hasta mediados del 2011, la tendencia fue de un dólar débil y un por consiguiente de un real revaluado.

En julio de 2011, se alcanzó un nivel mínimo de 1,55 reales por cada dólar. La anterior tendencia fue perjudicial para los exportadores brasileños pero alentó las importaciones de este mercado desde el resto del mundo.

A partir de mediados del 2011 hasta los meses corridos del 2012, la tendencia se ha revertido y el real ahora es una moneda relativamente devaluada respecto al

dólar, lo cual estimula el crecimiento de sus exportaciones y lo hace un destino más costoso para las exportaciones desde otros países.

4. TENDENCIAS DE LA DEMANDA EN EL MERCADO OBJETIVO: ESTADO DE SAO PAULO

4.1. IMPORTANCIA DE EXPORTAR AL BRASIL.

Brasil, el quinto país más poblado y extenso del mundo y el primero de América del Sur, con una población estimada de 190 millones de habitantes y 8,5 millones de km², ha sido tradicionalmente uno de los principales destinos de inversión extranjera que, de hecho, ha jugado un papel muy relevante en el desarrollo de este país.

Entre 2001 y 2009, Brasil atrajo más de 225.000 millones de dólares en Inversión Extranjera Directa (IED), siendo especialmente significativos los volúmenes registrados en los últimos ejercicios (Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Brasilia., 2010).

Así en 2008, cuando los flujos globales de IDE cayeron un 15%, las inversiones Recibidas por Brasil crecían un 30%, hasta alcanzar los 45.100 millones de dólares, cifras superiores incluso a las registradas durante el programa de privatizaciones de la década de los 90.

Más de 400 empresas del ranking Fortune-500 están presentes en Brasil. Esto se debe a que Brasil ofrece una combinación de tamaño, nivel de renta y potencial de crecimiento que justifica plenamente el interés de los inversores extranjeros (Expansión, 2011).

La estabilidad macroeconómica parece conseguida gracias a una ortodoxa política económica que ha sido repetidamente elogiada por el Fondo Monetario

Internacional y que ha conseguido que Brasil haya recobrado la credibilidad en los mercados internacionales (Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Brasilia, 2006).

Aunque Brasil, como no podía ser de otra forma, también ha sido afectado por la crisis financiera Internacional, lo ha sido en menor medida que la mayor parte de las economías.

Brasil fue Uno de los últimos países en sufrir el impacto de la crisis y uno de los primeros en salir de ella, sin que sus fundamentos económicos se hayan visto afectados significativamente.

En efecto, las reservas internacionales hoy son mayores que antes de la crisis; la situación fiscal es mejor que la media de los países del G-20 (el déficit a final de año se situará en el 3,2% del PIB); el sistema financiero nacional tiene el mismo nivel de capitalización que antes de septiembre de 2008, el desempleo también se sitúa a niveles pre-crisis, y la inflación se encuentra por debajo del centro de la meta marcada (4,36%). El potencial de crecimiento a medio plazo es importante. Brasil decreció un 0,2%.

La participación del producto brasileño en Colombia ha tomado gran importancia en la industria del cuero, llevándolo a pasar del décimo lugar al octavo en el año 2011, periodo en que las importaciones a Colombia sumaron 3 197 millones de dólares, en el sector de insumos y materiales para la industria del cuero.

Este país participa activamente en la producción de calzado y marroquinería de nuestro país, a través de los insumos de excelentes calidad, desarrollo e innovación de productos, y de los informes de tendencias de moda, todos estos

bajos lo programas de promoción y desarrollo de ASSINTECAL a los fabricantes Colombianos.

4.2. CARACTERIZACIÓN DEL SECTOR CUERO

La producción de cuero se encuentra sectorizada de acuerdo con las características y procesos del mismo: y se clasifica en producción de cueros curtidos y pieles sin curtir, producción de cuero curtido y producción de calzado como producto final (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, 2011).

La producción de cueros curtidos y pieles sin curtir, varía de acuerdo con el tamaño de los hatos y en particular con los números de animales sacrificados por carne, cuya demanda mundial se desaceleró tras la recesión económica de los años setenta.

La producción de cueros curtidos y su producción a partir de cueros y pieles sin curtir que se caracteriza por la exigente mano de obra no calificada y los efectos ambientales negativos, ha estado de parte de los países no desarrollados, por tener estos, abundante mano de obra barata y una reglamentación ambiental menos exigentes, lo cual ha provocado que ellos compitan eficazmente con los países desarrollados, cuya producción en la década de los noventa representa el 60% (ONG Fundes, 2012).

La Red de Soluciones Empresariales Latinoamericana (FUNDES) en la investigación que realizó sobre la realidad de la pyme colombiana plantea que en muchas latitudes las empresas nuevas, pequeñas y con capital doméstico son las que enfrentan mayores restricciones crediticias (Villegas Alvarez & Zapata González, 2007).

Estas se manifiestan en un limitado acceso a préstamos de largo plazo, la falta de colaterales o garantías y el excesivo papeleo exigido por la regulación financiera.

Un estudio reciente del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) identifica como una de las posibles causas de la restricción en el financiamiento de las pymes los elevados costos fijos que se derivan de la evaluación, supervisión y cobro de los créditos bancarios que requieren atención directa y mayor seguimiento durante su vigencia.

La alta carga impositiva se destaca dentro de los problemas tributarios, la multiplicidad de impuestos y la frecuencia en las reformas tributaria, y en el mercado interno la competencia desleal.

Los proveedores tienen muy alto poder de negociación sobre la pyme, para el 26% de las pymes lo más grave son las condiciones desfavorables de negociación. Menos del 32% de las pymes utiliza canales de distribución y siete de cada diez atienden directamente a sus clientes.

La mayoría de las empresas actualmente no se fortalecen ni expanden debido al temor de una “inundación” del mercado nacional por parte de transnacionales, tal es el caso de las compañías chinas, rescatándose el reconocimiento internacional de la calidad del cuero y en especial del calzado colombiano, generando expectativas entre los empresarios ante la firma del Tratado de Libre Comercio (Villegas Alvarez & Zapata González, 2007).

4.3. COMPOSICIÓN Y TAMAÑO DEL MERCADO

Brasil es uno de los principales mercados mundiales con una población estimada de 190 millones de habitantes pero con una renta per cápita relativamente baja, 8.237 dólares por habitante en 2009, lo que unido a una distribución muy desigual de la misma (en junio de 2009 el índice de Gini se situaba en el 0,493) hace que el mercado real sea inferior.

Así, el consumo de una parte importante de la población se centra exclusivamente en vivienda y alimentación, al encontrarse por debajo del umbral de pobreza y, por tanto, prácticamente excluida del mercado. Con todo, comienzan a surgir formas novedosas de comercialización para atender a este segmento de la población, que en los últimos años ha ido ganando poder adquisitivo gracias a programas asistenciales, como *Bolsa Familia*.

Frente a esta población que apenas puede demandar los productos más básicos existe un segmento de altísimo poder adquisitivo, que la buena marcha de la economía de los últimos años ha hecho crecer. Es evidente, por tanto, la importancia creciente del consumo de lujo.

Entre los extremos existe una clase media que en los últimos años ha ido creciendo en tamaño (actualmente la integra el 52,7% de la población) y poder adquisitivo, aunque también es la más vulnerable a los efectos de la crisis.

4.4. BARRERAS ARANCELARIAS

No obstante, sí existen una serie de dificultades, a veces importantes, a las que las empresas con inversión en Brasil se tienen que enfrentar. En primer lugar, habría que mencionar la lentitud y exceso de burocracia de la Administración brasilera, lo que se ha venido a denominar “Coste Brasil”.

Cabe señalar como problemas relevantes la complejidad del sistema fiscal y la rigidez de la legislación laboral, así como algunos casos de inseguridad jurídica, con ruptura de contratos por parte de las Administraciones Públicas de algunos de los Estados brasileños y algunas lagunas en el marco regulador e indefiniciones en cuanto al papel de las Agencias Reguladoras en algunos sectores de alto interés para las empresas (tales como energía, saneamiento básico, transportes)

El comportamiento de la producción en el sector cuero en Colombia, tuvo un repunte hacia el año 1998, y una posterior decaída hacia 1999, solamente viene a recuperarse a comienzo de año 2001. Estos acontecimientos tienen que ver con el entorno Internacional, las fluctuaciones del precio del petróleo, que impactaron en el cambio de la demanda, sustituyendo lo sintético por los cueros naturales producido en países como Colombia.

4.5. MERCADO DE SAN PAULO.

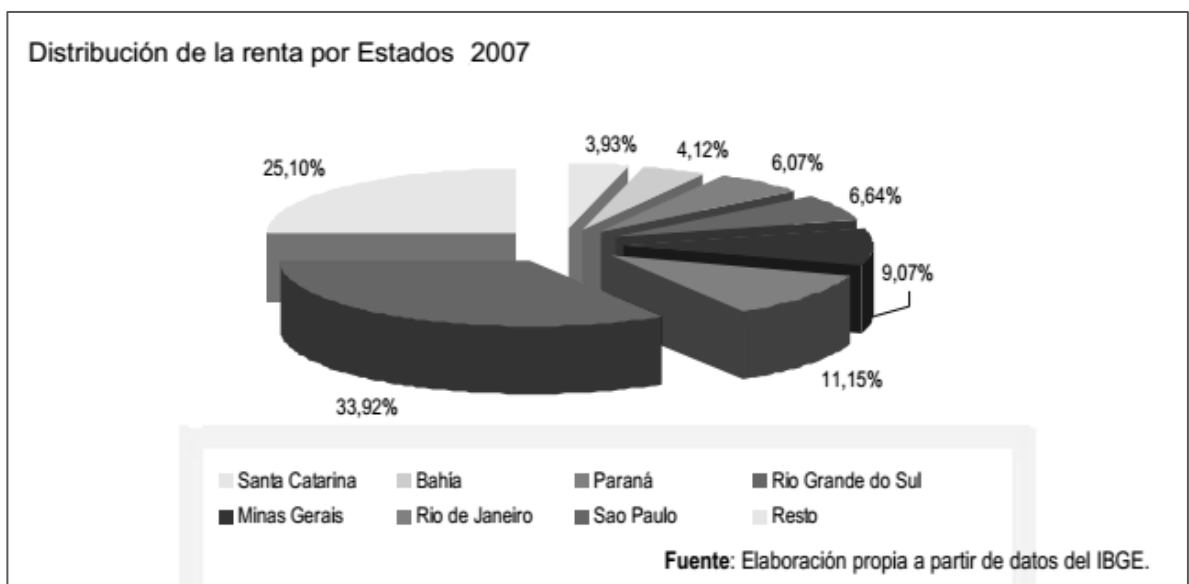
El Estado de Sao Paulo es la mayor urbe de Brasil de y Latinoamérica y la segunda del mundo. Tiene 41.252.160 habitantes según el censo de IBGE de

2010, y es el estado más rico de Brasil, responsable del 33% del Producto Interior Bruto del país (2001).

Su economía es la más grande de Sudamérica después de la del Brasil. Posee un parque industrial muy grande y diversificado y una agricultura y ganaderías muy desarrolladas y productivas.

Es también el estado más rico de Brasil, y uno de los principales centros financieros y de negocios de América Latina.

Gráfica 11. Distribución de la renta por Estados. Año 2007.



Fuente: Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Brasilia

Esta gráfica muestra como la mayor parte de la renta de todos los Estados de Brasil está concentrada en el Estado de Sao Paulo, denominándolo así el pulmón

económico y comercial del gigante Suramericano y buen escenario de inversión y alianzas para las empresas Colombianas.

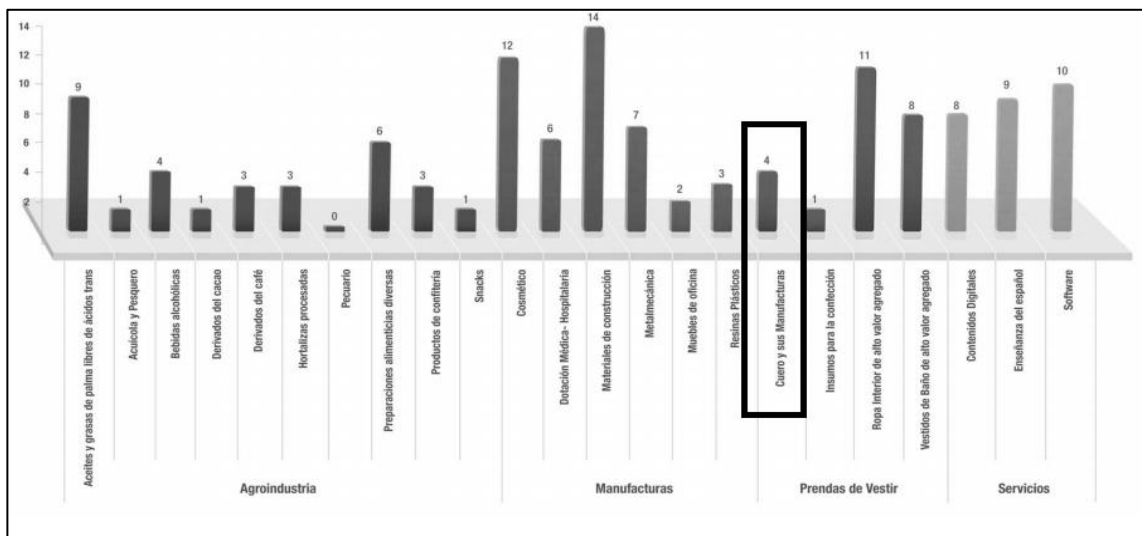
Tabla 11. Índice de Atractividad de Inversiones.

RK 11	RK 10	Tendencia	País	Ciudad	Clima País	Clima Ciudad									INAI 2011
						Tamaño 2011		Valores 2011			Índices 2011				
						PIB	Hab.	PIB pc	PIB	Presencia	Potencial	Confort	Noto-		
						MM US\$	Mill.	US\$	Var. %	Multinac.	Financiero	Urbano	riedad		
1	3	2	.cl	Santiago	Atractivo	99.853	6,52	15.326	6,1	51	Medio	97,3	100	94,2	
2	1	-1	.br	São Paulo	Amable	341.413	21,05	16.216	4,9	93	Muy Alto	69,2	97,7	93,5	
3	2	-1	.mx	C. de México	Atractivo	202.571	20,18	10.038	4,4	98	Bajo	67,8	84,5	81,9	
4	4	0	.br	Río de Janeiro	Amable	183.939	12,31	14.942	3,3	21	Medio	71,9	95,9	72,8	
5	5	0	.ar	Buenos Aires	Renuente	178.532	12,79	13.955	4,7	106	Muy Bajo	88,1	80,1	72,0	
6	7	1	.pa	C. de Panamá	Neutro	21.802	1,63	13.384	8,1	12	Alto	85,1	66,1	70,4	
7	9	2	.pe	Lima	Neutro	76.284	9,17	8.321	9,0	36	Bajo	71,4	71,8	70,2	
8	8	0	.mx	Monterrey	Atractivo	62.695	4,16	15.070	6,6	12	Bajo	75,1	58,6	69,6	
9	6	+3	.co	Bogotá	Neutro	81.039	8,06	10.050	5,1	57	Bajo	70,8	76,2	68,1	
10	10	0	.br	Brasilia	Amable	87.011	2,67	32.615	4,9	4	Alto	81,9	37,6	68,0	
11	13	2	.cl	Valparaíso-Viña	Atractivo	9.276	0,92	10.116	6,5	3	Bajo	86,4	28,4	67,0	
12	28	16	.cl	Concepción	Atractivo	6.998	0,91	7.697	8,9	0	Bajo	80,9	15,1	66,4	
13	11	-2	.br	Curitiba	Amable	32.157	3,12	10.296	5,3	4	Medio	90,2	43,0	64,9	
14	16	2	.br	Belo Horizonte	Amable	46.887	4,92	9.525	5,7	4	Medio	82,7	33,1	61,0	
15	12	-3	.mx	Guadalajara	Atractivo	29.727	4,56	6.522	4,7	11	Bajo	77,4	45,1	60,5	
16	23	7	.mx	Toluca	Atractivo	9.467	1,83	5.178	7,0	0	Bajo	73,5	23,6	59,6	
17	17	0	.mx	Puebla	Atractivo	13.325	2,77	4.819	6,4	6	Muy Bajo	80,2	33,7	59,3	
18	19	1	.br	Porto Alegre	Amable	39.841	3,80	10.479	2,2	5	Medio	84,0	36,5	57,8	
19	14	-5	.mx	Querétaro	Atractivo	9.802	1,12	8.786	5,1	8	Muy Bajo	80,2	24,2	57,7	
20	22	2	.uy	Montevideo	Neutro	16.647	1,34	12.465	5,7	13	Bajo	100,0	47,5	57,6	
21	15	-6	.pr	San Juan	Neutro	33.999	1,35	25.165	0,5	16	Bajo	98,8	44,0	57,5	
22	26	4	.br	Fortaleza	Amable	16.164	3,43	4.708	6,3	2	Medio	79,6	24,2	56,7	

Fuente: Ranking de atracción de Inversiones (Universidad del Rosario, 2011).

Según la gráfica anterior es posible observar como la ciudad de Sao Paulo tiene el puesto No 2 lo cual, sin duda la hace un mercado muy atractivo para la inversión extranjera, además califica aspectos como el PIB de la ciudad que demuestra que sus habitantes tienen un alto poder adquisitivo, el clima político del país es agradable y existe alto grado de potencial financiero, confort urbano y notoriedad.

Gráfica 12. Exportadores (por sectores) con potencial de ingreso al mercado de Brasil.



Fuente: Macro-rueda Brasil (Proexport Colombia, 2011)

Gráfica 13. Número de compradores por Estados



Fuente: Macro-rueda Brasil (Proexport Colombia, 2011)

Aquí es posible observar como la mayoría de las empresas compradoras de productos Colombianos en Brasil se encuentran en Sao Paulo, haciendo de este el estado donde se concentran un gran número de negociaciones entre empresas Colombo-Brasileñas, cabe resaltar también que Además del número de compradores existe una demanda que aún no ha sido suplida por parte de estas organizaciones, lo cual convierte el comercio exterior entre los dos países como una oportunidad de crecimiento.

Sin embargo un punto a tener en cuenta es que Brasil se ha caracterizado por ser una de las economías más cerradas del mundo, por su alto régimen tarifario, con una media arancelaria del 11,5 % comparada con el 10, 4% registrada en 2004, lo convierte en la economía con mayor proteccionismo de Latinoamérica y el Caribe (media 8,2%) Además de contar con un gran número de Barreras no arancelarias como estrictas normas sanitarias, fitosanitarias, técnicas y de calidad, Barreras relacionadas con Propiedad intelectual y precios mínimos de importación.

5. EVALUACIÓN DE LA VIABILIDAD ECONÓMICA DE LA EXPORTACIÓN DEL PRODUCTO

5.1. DEFINICIÓN DE INCOTERMS.

Los Incoterms o términos de comercio internacional, son términos utilizados dentro de un contrato de compra y venta Internacional para delimitar la responsabilidad de las partes(Comprador-vendedor) acerca de las condiciones de entrega de la mercancía, definiendo reglas o pautas neutrales como por ejemplo: donde se debe entregar la Mercancía, quién asume los gastos del flete y seguro.

Son importantes, ya que un buen dominio de estos garantiza por parte del negociador que se incluyan la totalidad de los gastos en las transacciones en comercio exterior. Cualquier Error en la interpretación sobre los derechos y obligaciones del comprador y vendedor puede causar grandes prejuicios comerciales para una o ambas partes

Existen 11 y solo se deben utilizar esos:

Para cualquier modalidad de transporte (terrestre, marítimo, aéreo e ferroviario), incluyendo multimodal:

EXW, FCA, CIP, CPT, DAP, DAT, DDP

Solamente para transporte de Mercancia via marítima o fluvial:

FAS, FOB, CFR, CIF

Los del Grupo "F" y Grupo "E" corresponden al transporte principal sin pagar. Los del Grupo "D" (Delivered) y Grupo "C" corresponden al transporte principal pago.

EX-WORKS

Aquí la responsabilidad del vendedor termina cuando la mercancía es colocada en su fábrica o almacén y los costos como transporte interno, embarque para el exterior, flete e seguro internacional, etc. corren por cuenta del comprador. Este asume todos los gastos y riesgos que se incurren desde el transporte de la Mercancía del lugar de origen hasta el destino.

FOB (FREE ON BOARD) - LIBRE A BORDO

La responsabilidad del vendedor termina cuando las mercaderías sobrepasan la borda del buque en el puerto de embarque convenido. El comprador debe soportar todos los costos y riesgos de la pérdida y el daño de las mercaderías desde aquel punto.

El término FOB exige al vendedor despachar las mercaderías para la exportación. Este término puede ser utilizado sólo para el transporte por mar o por vías navegables interiores (BusinessCol, 2012).

CFR (COST AND FREIGHT) - COSTO Y FLETE

En este los alcances para el vendedor son lo mismo que en FOB lo único que cambia con respecto a este es que el comprador o importador debe asumir los gastos de seguro internacional y flete.

CIF (COST, INSURANCE AND FREIGHT) - COSTO, SEGURO Y FLETE

Aquí el vendedor o exportador asume gastos y responsabilidades hasta que la mercancía sobrepasa la borda del buque en el puerto destino.

CIP (CARRIAGE AND INSURANCE PAID TO)

Es este término el vendedor asume la responsabilidad, gastos y entrega de documentos hasta el destino convenido, se diferencia con el CIF en que este es empleado para transporte terrestre y multimodal.

CPT (CARRIAGE PAID TO) – TRANSPORTE PAGADO HASTA

El vendedor asume los costos de transporte de la mercancía hasta puerto destino, pero el seguro internacional y el flete es asumido por el comprador.

DAF (DELIVERED AT FRONTIER) - ENTREGADAS EN FRONTERA

El vendedor asume la responsabilidad, gastos y entrega de documentos hasta que la mercancía es entregada en la frontera o aduana destino, cabe resaltar que este incoterm solo aplica para entregas donde haya fronteras terrestres.

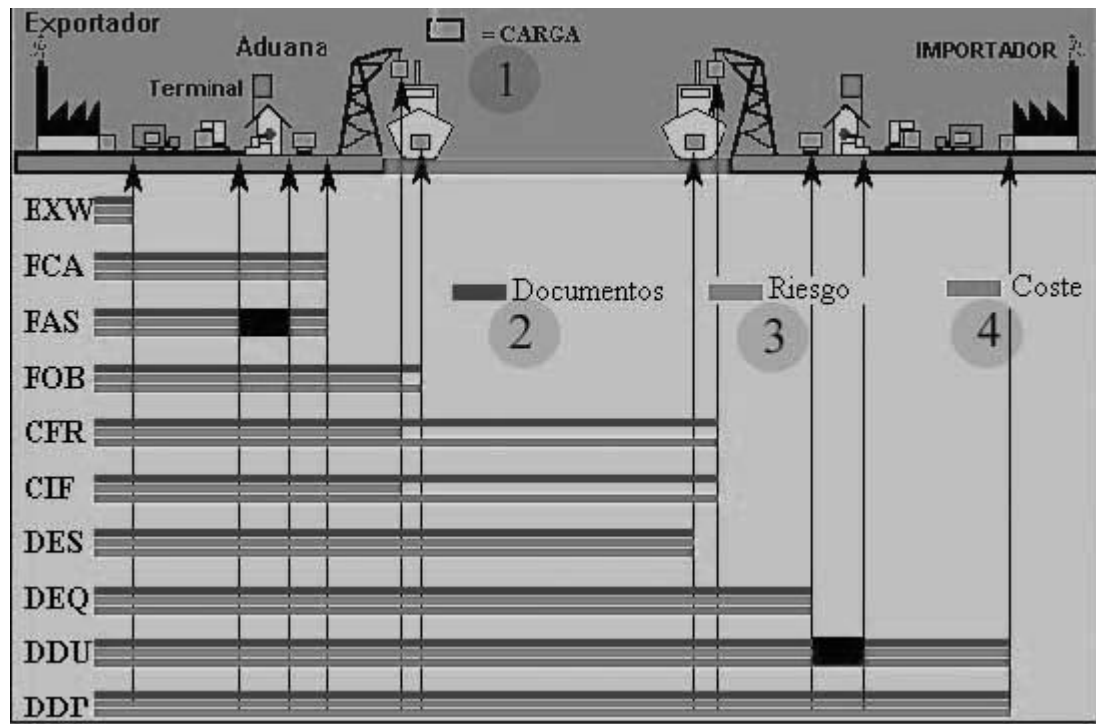
DDU (DELIVERED DUTY UNPAID) - ENTREGADAS DERECHOS NO PAGADOS

La responsabilidad del vendedor termina cuando la mercancía es entregada en el local del importador, los gastos de legales, derechos e impuestos son asumidos por el comprador.

DDP (DELIVERED DUTY PAID) - ENTREGADAS DERECHOS PAGADOS

Aquí el vendedor asume la totalidad de los gastos, riesgos y entrega de documentos hasta que la mercancía llegue al local del comprador.

Gráfica 14. Esquema gráfico de los INCOTERMS.



Fuente: BusinessCol (BusinessCol, 2012).

5.2. MATRIZ DE COSTOS Y GASTOS LOGÍSTICOS.

Así como para la exportación de cualquier bien, la exportación de cuero curtido o terminado requiere contar con la elección apropiada del modo de embalaje que será utilizado así como del modo de transporte más efectivo y la ruta más apropiada. En la exportación de bienes, el precio final del producto es sensible al costo del transporte o de los otros costos en que se incurra en las diferentes etapas del proceso exportador. Es por esto que los exportadores buscan maneras de bajar los costos en cada una de las diferentes fases en que se puede dividir el

proceso de exportación. Además, la eficiencia es clave para lograr productos con un precio final competitivo.

5.2.1. Dimensiones unitarias, por guacales y por contenedor de transporte.

El objetivo de este capítulo es evaluar la viabilidad económica de exportar el producto es cuestión con destino al Estado de Sao Paulo en Brasil. Para ello, es necesario estudiar los costos y gastos que implica este proceso teniendo en cuenta datos promedios obtenidos de diversas fuentes.

Para elaborar una matriz de costos y procesos, primero debe tenerse en cuenta el embalaje y el tamaño del producto. La tabla número doce (12) describe el tamaño de una unidad promedio de embalaje de cuero terminado, el cual se almacena en rollos.

Tabla 12. Dimensiones de la unidad de embalaje del producto

Dimensiones de la unidad de cuero	
LARGO (m)	1,96
ANCHO (m)	0,39
ALTURA (m)	0,398
PESO (KG)	10

Elaboración: Los autores.

La forma de embalaje elegida fue los guacales. Este medio de embalaje es generalmente elaborado en madera y es ampliamente utilizado por su versatilidad y facilidad para ser colocado dentro de un contenedor, que es el medio más utilizado por la industria naviera en la exportación de bienes. Las dimensiones del guacal de madera están descritas en la tabla número trece (13).

Tabla 13. Dimensiones del guacal para el transporte del producto.

Dimensiones Guacal para el transporte	
LARGO (m)	1,96
ANCHO (m)	0,783
ALTURA (m)	0,796
PESO (KG)	40

Elaboración: los autores.

Teniendo en cuenta las dimensiones de la unidad del producto para la exportación y las dimensiones del guacal que servirá como modo de embalaje, este último puede almacenar cuatro unidades o rollos de cuero terminado.

El contenedor elegido para la elaboración de la matriz de costos y gastos logísticos es el contenedor estándar de veinte pies, que es uno de los usados para la exportación de mercancías. Las dimensiones del contenedor de veinte pies están descritas en la tabla número catorce (14).

Tabla 14. Dimensiones internas de un contenedor de 20 pies.

DIMENSIONES INTERIORES CONTENEDOR DE 20 PIES

LARGO	5,89	m	33,08	M³
ANCHO	2,35	m		
ALTO	2,39	m		

Elaboración: Los autores.

De acuerdo con las dimensiones de la unidad de embalaje del producto y las dimensiones internas de un contenedor de 20 pies que será el usado para la exportación del producto, el cubicaje más adecuado y eficiente es el presentado

por la opción 1 (Tabla 15. *Cubicaje de las unidades de embalaje*), dado que colocando las medidas correspondientes de un guacal con las del contenedor de 20 pies (es decir largo con largo, ancho con ancho y alto con alto) se logra introducir 27 guacales en el contenedor y se logra una ocupación del 99,70% dentro del contenedor, que se traduce en una mayor eficiencia de costos para el transporte del producto.

Con el cubicaje final, el número de guacales dentro del contenedor sería de 27, para un total de 108 unidades del producto, con un peso total de 1,08 toneladas.

Una vez establecido el cubicaje y la forma de almacenamiento del producto, el nuevo paso para determinar la viabilidad del proceso de exportación es la determinación del precio del producto en cada una de las etapas del proceso de exportación (INCOTERMS)

	DIMENSIONES DEL GUACAL (CON CUATRO UNID. DE CUERO)			POSIBLE CUBICAJE DE ACUERDO A LA POSICION DE UN GUACAL DENTRO DEL CONT.			TOTAL GUACALES EN UN CONTENEDOR	VOLUMEN EN METROS CUBICOS DE UN GUACAL	VOLUMEN TOTAL DE LA CARGA	Total % utilizado en contenedor de 20 pies	PESO DE UN GAUCAL EN KG	PESO TOTAL CONTENEDOR
	LARGO	ANCHO	ALTO	LARGO	ANCHO	ALTO						
Total Guacales opción 1	1,96	0,78	0,80	3	3	3	27	1,22	32,98	99,70%	40	1080
Total Guacales opción 2	1,96	0,78	0,80	7	1	3	21	1,22	25,65	77,55%	40	840
PRODUCTOS	UNID (ROLLO) EN UN GUACAL		GUACALES EN CONTENEDOR		UNID EN CONTENEDOR	PESO UNIT. (Kg)	PESO DE UN GUACAL (Kg)	PESO TOTAL CONTENEDOR (Kg)	PESO EN TONELADAS			
CUERO	4		27		108	10	40	1080	1,08			

Tabla 15. Cubicaje de las unidades de embalaje de acuerdo a las dimensiones del contenedor

Tabla 16. Determinación del valor ex-Works del producto.

PRODUCTO	COSTO UNIT.	NUMERO DE UNIDADES EN GUACAL	TOTAL COSTO x GUACAL	MARGEN DE RENT. DEL PRODUCTO	Valor EXW Unitario
Cuero	\$ 200.000,00	4	\$ 800.000	40%	\$ 333.333

De acuerdo con la recolección de datos, el costo promedio unitario de acuerdo con las especificaciones de volumen del producto es de doscientos mil pesos, y teniendo en cuenta que para el ejercicio se tendrá en cuenta un guacal de 4 unidades y un margen de utilidad del 40%, el valor unitario del producto en ex-Works es de \$ 333.333

A continuación se presentan los datos de los diferentes costos que hacen parte de cada una de las etapas del proceso de exportación, los cuales incrementan gradualmente el precio final del producto en cada uno de los términos de negociación que un exportador puede ofrecer a su cliente final.

Muchos de estos costos representan los promedios manejados por el sector exportador de este producto.

En el proceso de exportación muchos costos se manejan por valores absolutos y otros se manejan de acuerdo con variables en función del peso o del volumen ocupado por la carga.

Otros valores se asignan de forma fija por contenedor, independientemente de la capacidad utilizada dentro de dicho contenedor. Es por esto el cubicaje es de alta importancia, dado que éste determina la eficiencia del proceso de exportación y la distribución de costos unitarios.

La siguiente tabla (17) resume los costos y gastos logísticos en los que incurre un exportador del sector del cuero que desee realizar la exportación desde el departamento del Atlántico. Los costos de la logística de exportación son variables dado que algunos son denominados en dólares y la tasa de cambio fluctúa. Otros varían de acuerdo a la época del año en que se realice la exportación.

Estos datos representa un promedio de lo que manejan las diferentes compañías que operan en el mercado de la logística de exportación.

Tabla 17. Datos para el cálculo de gastos logísticos

DATOS PARA EL CALCULO DE GASTOS LOGISTICOS			
T.R.M	\$ 1.800,19	VALOR	
Concepto	TARIFA O CONDICIÓN	EN USD	EN COP
Llenado del contenedor en fábrica	Determinado por el proveedor		\$ 100.000
Transporte Fábrica a Puerto de embarque			\$ 350.000
Movilización del contenedor para inspección de antinarcóticos	110 USD por contenedor de 20' Carga Normal lleno	USD 110,00	\$ 198.021
Cargue del Contenedor - tarifa Operador	125 USD por contenedor de 20'	USD 125,00	\$ 225.024
DOCFEE (DocumentationFee)	40 USD por emisión del BL	USD 35,00	\$ 63.007
Gastos Varios / Trámites de Exportación			\$ 220.000
Comisión del Agente de Aduanas	0,30 % sobre FOB o 400.000		\$ 400.000
Transporte Internacional	Tarifa Contenedor de 20' Ruta Cartagena - Santos - Incluye recargo combustible	USD 1.874	\$ 3.373.556
Seguro Internacional	0,7% sobre CFR o mínimo USD 800		\$ 1.440.152
Descargue de contenedor - Operador Portuario	Determinado por el puerto de desembarque	USD 180,00	\$ 324.034
Gastos Varios - Trámites de importación		USD 150,00	\$ 270.029
Comisión del Agente de Aduanas en puerto de destino	0,45 % o minimo USD 170		\$ 306.032
Transporte Puerto - Local del importador		USD 320,00	\$ 576.061

Uno de los costos más relevantes a tener en cuenta para la exportación de cualquier producto es los aranceles. En el caso del cuero, éste debe pagar aranceles e IVA para el ingreso del mercado brasileño.

En el caso del arancel, éste es de 13,5% para el producto en cuestión sobre el valor CIF, y el IVA es de 19%.

Para el pago del IVA, este es calculado tomando como base la suma del valor CIF de la mercancía más el arancel pagado por dicho producto. De acuerdo al total obtenido como valor CIF, por un contenedor de 20 pies, el exportador debe pagar por concepto de arancel la suma de 5.804.657 y por concepto de IVA la suma de 9.153.139, lo cual incrementa el precio final DDP del producto en 38,8%, tomando como referencia el valor CIF del mismo.

Así mismo, si el exportador negocia la venta del producto en DDU, es decir, pagando el costo del transporte y los trámites de manejo desde el puerto de desembarque hasta el punto del importador, el producto incrementa su valor en 34,11% desde el término de negociación DDU hasta el DDP.

Tabla 18. Tabla para el cálculo de tributos aduaneros e IVA

TABLA 18. PARA EL CALCULO DE TRIBUTOS ADUANEROS E IVA					
Total Valor CIF de la exportación - Base para el cálculo		\$ 42.369.759	MERCADO DESTINO		<u>BRASIL</u>
<u>PRODUCTOS</u>	<u>PARTICIPACIÓN DEL PRODUCTO</u>	<u>CONCEPTO</u>	<u>%</u>	<u>BASE</u>	<u>TOTALES</u>
PRODUCTO 1: Cueros y pieles, curtidos, de bobino incluido el búfalo o de equino, en estado húmedo plena flor sin dividir, divididos con la flor 4104110000	100,00%	Arancel	13,70%	42.369.759,36	5.804.657
		IVA	19%	48.174.416,39	9.153.139
			Total producto	=	14.957.796

5.2.2. Simulación de costos para la exportación de un contenedor de 20 pies

Tabla 19. Valor Exworks de la carga exportada

PRODUCTOS	NUMERO DE UNIDADES EN GUACAL	NUMERO DE GUACALES EN CONTENEDOR	UNIDADES TOTALES EN CONTENEDOR	
Cueros y pieles, curtidos, de bobino incluido el búfalo o de equino	4	27	108	\$ 36.000.000
	UNITARIO	GUACAL		
VALOR EXW DE LA CARGA EXPORTADA	333.333	1.333.333		\$ 36.000.000

Esta tabla contiene una simulación de costos de exportación que permiten determinar cuál sería el precio de negociación que un exportador del Departamento del Atlántico puede ofrecer en los diferentes términos de negociación internacionalmente utilizados.

Con el propósito de simplificar el modelo, se tomaron como referencia los términos Ex-works, FOB, CFR, CIF, DDU y DDP. Al final de la tabla se puede apreciar el valor del producto en cada término de negociación con su respectivo valor en dólares tomando como referencia la tasa de cambio 1800,19 del día en que fue realizado el modelo. Lo anterior es útil porque en la negociación internacional la moneda utilizada es el dólar.

Tabla 20. Simulación de costos de un contenedor de 20 pies en diferentes Incoterms.

		T.R.M. Dólar	\$ 1.800,19				
	CONCEPTO	EXWORK	FOB	CFR	CIF	DDU	DDP
PAIS EXPORTADOR	VALOR DE LA MERCANCÍA EXW	\$ 36.000.000					
	Cargue Contenedor en Fábrica	\$ 100.000					
	Movilización del contenedor para inspección/antinarcóticos	\$ 198.021					
	Gastos Varios - Trámites de Exportación	\$ 220.000					
	Cargue de Contenedor en Puerto	\$ 225.024					
	Documentationfee	\$ 63.007					
	TRANSPORTE FABRICA A PUERTO	\$ 350.000					
	SUB TOTAL F.O.B en pesos	\$ 37.156.051					
	Agente de Aduanas	\$ 400.000					
	TOTAL F.O.B en Pesos		\$ 37.556.051				
	TOTAL F.O.B en dólares		\$ 20.862,27				
	Transporte Internacional		\$ 3.373.556				
	TOTAL CFR			\$ 40.929.607			
	Seguro Internacional			\$ 1.440.152			
TRANS. INTERNACIONAL	TOTAL CIF				\$ 42.369.759		
PAIS IMPORTADOR	Descargue puerto de destino				\$ 324.034		
	Gastos Varios - Trámites de Importación				\$ 270.029		
	Transporte Puerto - Local del importador				\$ 576.061		
	Comisión Agente de Aduanas - Destino				\$ 306.032		
	TOTAL DDU					\$ 43.845.915	
	Arancel e IVA - Producto					\$ 14.957.796	
	TOTAL DDP						\$ 58.803.711
	CONCEPTO	EXWORK	FOB	CFR	CIF	DDU	DDP
	Valor de la mercancía Pesos Colombianos	\$ 36.000.000	\$ 37.556.051	\$ 40.929.607	\$ 42.369.759	\$ 43.845.915	\$ 58.803.711
	Valor de la mercancía Dólares	USD 19.997,89	USD 20.862,27	USD 22.736,27	USD 23.536,27	USD 24.356,27	USD 32.665,28

Después de determinar los valores totales en cada uno de los términos de negociación, a continuación se muestra los valores unitarios (rollos de cuero) y por unidad de embalaje (guacal) con su respectivo valor en dólares.

Tabla 21. Valor Unitario en Dólares

. VALOR UNITARIO EN DÓLARES					
EXWORK	FOB	CFR	CIF	DDU	DDP
185,17	193,17	210,52	217,93	225,52	302,46
VALOR X GUACAL EN DÓLARES					
EXWORK	FOB	CFR	CIF	DDU	DDP
740,66	772,68	842,08	871,71	902,08	1.209,83

Tabla 22. Valor Unitario en Pesos

VALOR UNITARIO EN PESOS					
EXWORK	FOB	CFR	CIF	DDU	DDP
333.333	347.741	378.978	392.313	405.981	544.479
VALOR X GUACAL EN PESOS					
EXWORK	FOB	CFR	CIF	DDU	DDP
1.333.333	1.390.965	1.515.911	1.569.250	1.623.923	2.177.915

Después de analizar los precios promedios que se manejan en el mercado del cuero del Estado de Sao Paulo en Brasil, los exportadores Colombianos localizados en el Departamento del Atlántico pueden ofrecer sus productos a precios competitivos, por lo que les es viablemente económico elegir el Estado de Sao Paulo en Brasil como un destino de exportación, sin embargo existe una amenaza en las tasas de cambio. Si se continua con la tendencia de la revaluación del peso colombiano y la devaluación del real brasileño, el precio final del producto va a elevarse, lo cual desincentiva su demanda. Hay que tener en cuenta además que la calidad del producto local y de los países competidores es más alta que la que los exportadores colombianos pueden actualmente ofrecer.

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. CONCLUSIONES

Después de haber culminado el desarrollo del proyecto y haber alcanzado los objetivos trazados, se llegó a las siguientes conclusiones:

1. En los años 2009, 2010, 2011, el peso colombiano estuvo relativamente devaluado frente al real brasileño, lo que significó en ese entonces mayores oportunidades para los exportadores colombianos hacia ese mercado.

Sin embargo la balanza comercial para esos años fue deficitaria. Por ejemplo en el año 2009, se registraron exportaciones por 576 millones de dólares, mientras que las importaciones fueron por valor de 2.030 millones USD. Lo anterior representó para Colombia, un déficit en la balanza con Brasil de 1.208 millones de dólares.

En el año 2012, la tendencia ha cambiado. El peso se ha revaluado frente al real, lo que indica que, de seguir esta tendencia, los exportadores colombianos son perjudicados dado que sus ingresos disminuyen a menos que puedan aumentar los precios finales del producto, escenario que es bastante improbable dado que en un mercado tan competido, los oferentes siempre buscan ofrecer los mejores precios en el producto final. En general, la revaluación promueve el incremento del déficit comercial con Brasil y desincentiva el aumento de las exportaciones.

2. Teniendo en cuenta los costos variables y de transporte y la tasa de cambio actual tomada como referencia, los exportadores colombianos localizados en el Departamento del Atlántico sí pueden ofrecer sus productos a precios competitivos, por lo que les es viablemente económico elegir el Estado de Sao Paulo en Brasil como un destino de exportación.

Como se mencionó, con tasa de cambio actual, es económicamente viable exportar el producto desde el departamento del Atlántico. Sin embargo, si continúa

a futuro la tendencia a la devaluación que está teniendo el real y la revaluación del peso colombiano, la exportación se vuelve económicamente inviable. Por ejemplo, planteando el escenario que la tasa de cambio de 1.800,19 (tomada como referencia) pase a 1.600, el precio del producto en DDP pasaría de 302,46 USD por rollo a 340,29 USD/rollo lo cual impacta negativamente el nivel de competitividad del producto en Sao Paulo e incentivaría a los compradores a elegir otros oferentes, lo que por ende desestimula la demanda de éste por parte de los compradores brasileños.

3. En Brasil, la protección a la industria nacional es alta, y un eventual aumento en las cargas impositivas, así como de las barreras no arancelarias como nuevos trámites de importación, puede repercutir en el aumento de los precios finales y por ende imposibilitar el acceso de los exportadores colombianos competir en dicho mercado. Además, un análisis del mercado local demuestra que éste último es altamente competido y que la demanda es satisfecha durante buena parte del año por los productores locales y el producto argentino tiene una dominante presencia que en muchas ocasiones suple la demanda no cubierta.

4. La industria del cuero brasilera ofrece productos de alta calidad con excelente reputación en otros mercados internacionales que en muchos casos ofrece mejor calidad que el producto colombiano. Además, teniendo el mercado brasileño como objetivo de exportaciones, existe un alto nivel de competencia con el producto argentino. Argentina es uno de principales productores de cuero a nivel de Suramérica y tiene una relaciones comerciales preferenciales con Brasil, dado que ambos países son miembros del MERCOSUR.

6.2. RECOMENDACIONES

Se recomienda emprender acciones que busquen formalizar el sector del cuero en Colombia para crear estándares de calidad que faciliten el acceso a mercados tan competitivos como el brasileño o establecer alianzas con empresas en el exterior que junto con su conocimiento y *know how* aceleren el proceso de crecimiento de las PYMES Colombianas.

Las grandes compañías representan la totalidad de las exportaciones de cuero del Departamento. Las pequeñas y medianas empresas del Departamento del Atlántico deben buscar mecanismos para mejorar su posición competitiva de cara a los procesos de exportación como la asociación entre ellas. Algunos mecanismos incluyen la asociatividad o la formación de *clusters* para mejorar en la eficiencia de costos y trabajar de forma conjunta en el mejoramiento de la calidad.

El Gobierno, tanto a nivel nacional como regional, debe fomentar políticas de ayuda a los exportadores del producto, como la capacitación y la asesoría en los procesos de exportación y en la penetración a nuevos mercados. Además, se debe continuar con la aplicación de estrategias para impedir que el peso colombiano continúe revaluación y por ende perjudicando a las empresas del sector exportador, tanto a las actuales como a las potenciales. Además, se requiere crear incentivos para atraer la inversión extranjera al sector.

BIBLIOGRAFÍA

- BusinessCol.* (2012). Recuperado el 20 de Julio de 2012, de http://www.businesscol.com/productos/glosarios/comercio_exterior/glosario_comex_b.html
- ACICAM. (2011). *Evolucion de las exportaciones de cuero, calzado y marroquineria de enero a diciembre de 2009 al 2011 en US\$FOB*. Recuperado el 1 de Junio de 2012, de <http://www.acicam.org/EXPORTACIONES2011P1.xls>
- ACICAM. (s.f.). *Asociación Colombiana de Industriales del Calzado, el Cuero y sus Manufacturas*. Recuperado el 17 de Mayo de 2012, de <http://www.acicam.org/>
- adnmundo.com.* (s.f.). Recuperado el 4 de Agosto de 2012, de <http://www.adnmundo.com/>
- Aguirre, C. A. (5 de Julio de 2012). (J. Consuegra, & G. Núñez, Entrevistadores)
- Alayón, J. L. (25 de Mayo de 2011). El comportamiento del dólar y los medios de comunicación. *Portafolio*.
- Bancoex.com | The leading Bank Ex Site on the Net.* (s.f.). Recuperado el 24 de Julio de 2012, de <http://www.bancoex.com/>
- Cámara de Comercio de Bogotá. (s.f.). *Glosario de términos de Comercio Exterior*. Recuperado el 3 de Julio de 2012, de http://camara.ccb.org.co/documentos/5201_glosario_terminos_de_comercio_exterior.pdf
- Cámara de Comercio de Santiago. (2012). *Acuerdos Comerciales - Glosario*. Recuperado el 4 de Julio de 2012, de <http://www.acuerdoscomerciales.cl/glosario.htm>
- DANE. (2012). *DANE, Departamento Administrativo Nacional de Estadística*. Recuperado el 25 de Junio de 2012, de <http://www.dane.gov.co>
- El Heraldó. (24 de Marzo de 2011). Solo 202 exportadores diversifican mercados en Atlántico: Proexport. *El Heraldó*.
- Expansión. (5 de Septiembre de 2011). *Cinco claves para tener en cuenta a la hora de invertir en brasil*. Recuperado el 11 de Junio de 2012, de <http://www.expansion.com/accesible/2011/05/09/empresas/1304940033.html>
- Fundesarrollo. (2012). *Fundesarrollo, Fundación para el desarrollo del Caribe*. Recuperado el 20 de Junio de 2012, de <http://www.fundesarrollo.org.co/>

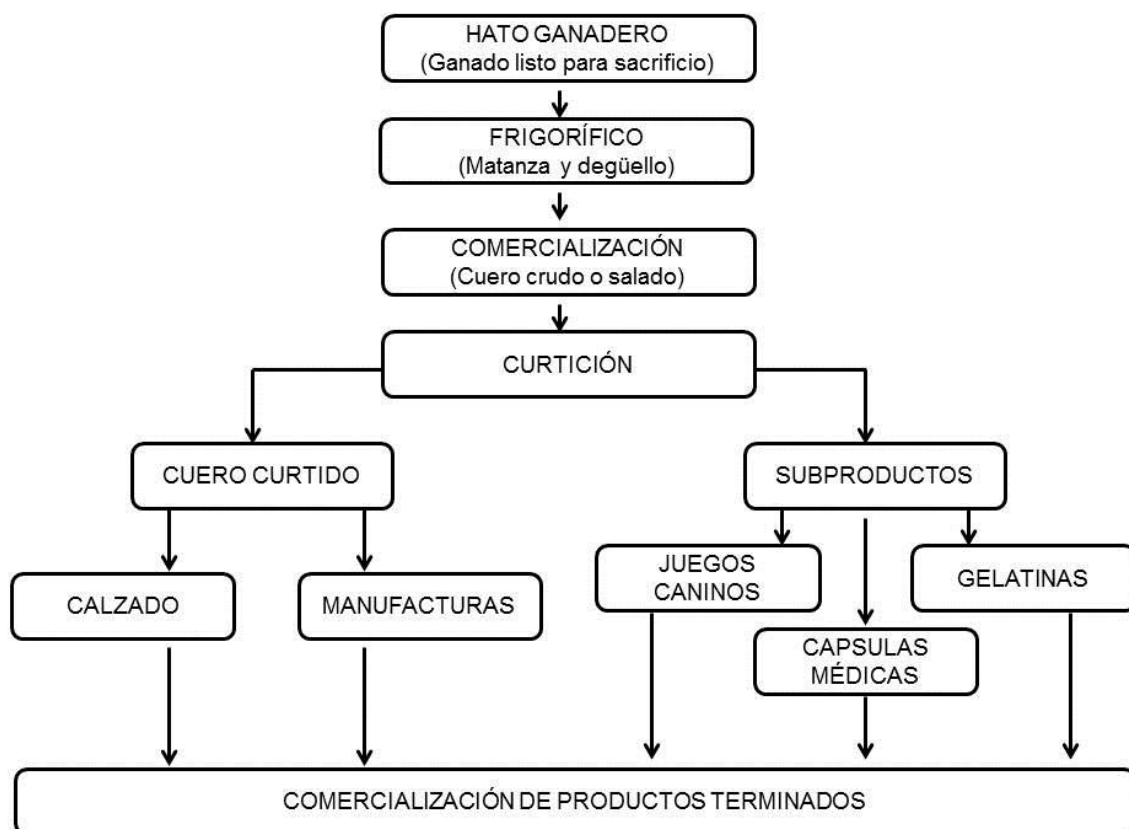
- Fundesarrollo y Cámara de Comercio de Barranquilla. (2010). *Comercio exterior. Departamento del Atlántico 2000-2009: Oportunidades de Apertura Empresarial*. Barranquilla.
- Glosario de terminos de Comercio Exterior| sitio web de comercio exterior* . (s.f.). Recuperado el 30 de Mayo de 2012, de http://www.portalcomercioexterior.cl/glosario_terminos
- Google Inc. (s.f.). *Google Finance*. Recuperado el 10 de Agosto de 2012, de <http://www.google.com/finance?q=BRLCOP&ei=-xNyUNCFLaSClwP98wE>
- Google Inc. (s.f.). *Google Finance*. Recuperado el 11 de Agosto de 2012, de <http://www.google.com/finance?q=USDBRL&ei=BhRyUMCCFIzCIQPaIA>
- Lozano Monroy, F. D. (Julio de 2010). *La asociatividad como modelo de gestión para promover las exportaciones en las pequeñas y medianas empresas en Colombia*. Recuperado el 10 de Agosto de 2012, de <http://www.redalyc.org/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=92720314006>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2004). *Perfil de la cadena cuero y sus manufacturas y calzado*. Recuperado el 2 de Julio de 2012, de http://www.revistavirtualpro.com/files/TIE11_200703.pdf
- Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Brasilia. (2010). *Las 50 preguntas para entender el mercado Brasileño*. Brasilia.
- Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Bogotá. (2004). *El mercado de Cuero y Marroquinería en Colombia*. Bogotá.
- Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Brasilia. (Marzo de 2006). *Las 49 preguntas para entender el mercado brasileño*. Recuperado el 10 de Julio de 2012, de http://www.fedeto.es/area_internacional/datos_generales_brasil2.pdf
- ONG Fundes. (2012). *FUNDES - Fortalecimiento MYPIMES*. Recuperado el 20 de Mayo de 2012, de <http://www.fundes.org/>
- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. (2011). *Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura | por un mundo sin hambre*. Recuperado el 20 de Agosto de 2012, de http://www.fao.org/index_es.htm
- Ortiz Lozano, H. F., & Quintero Mejía, J. (Abril de 2010). *Análisis de la distribución espacial de la tecnología en las empresas de marroquinería y calzado en Colombia en el 2008*. Recuperado el 23 de Julio de 2012, de <http://investigaciones.usc.edu.co/files/CEIDER/GIDEEI-USC%20024.pdf>

- Productos de Colombia. (2011). *Productos de Colombia*. Recuperado el 20 de Junio de 2012, de http://www.productosdecolombia.com/main/guia/TLC_Que_es_Tratado_Libre_Comercio.asp
- Proexport Colombia. (2010). *Brasil, un mercado de nuevas oportunidades*. Bogotá.
- Proexport Colombia. (1 de Septiembre de 2011). *Macrorueda Brasil*. Recuperado el 24 de Julio de 2012, de http://www.proexport.com.co/sites/default/files/Presentacion_macrorrueda_brasil_2011.pdf
- Proexport Colombia. (2011). *Proexport Colombia - Promoción de Turismo, Inversión y Exportaciones*. Recuperado el 2 de Julio de 2012, de <http://www.proexport.com.co/>
- Proexport Colombia. (2012). *Oportunidades de Negocio en Brasil*. Recuperado el 15 de Mayo de 2012, de <http://www.colombiatrader.com.co/oportunidades/paises/suramerica/brasil>
- Proexport Colombia. (2012). *Perfil Pais - Brasil*. Bogotá.
- Sabino, C. (1996). *El proceso de la investigación*. Cometa de papel.
- Saldarriaga Ortiz, M., & Aguirre Domínguez, C. (4 de Mayo de 2010). *Crisis financiera del año 2009, caída del mercado venezolano y expectativas futuras para curtimbres de Itagüí S.A*. Recuperado el 4 de Julio de 2012, de <http://www.eafit.edu.co/revistas/revistamba/Documents/crisis-financiera-2009-mercado-venezolano-expectativas-curtimbres-itagui.pdf>
- Sampieri, R., Fernández, C., & Baptista, P. (1998). *Metodología de la investigación* (Segunda ed.). Mc-Graw Hill.
- Sánchez, E., Sahir, C., Ceballos, H., & Medina, M. (2001). *Los retos de la cadena del cuero, sus manufacturas y el calzado en el siglo XXI*. Bogotá.
- Universidad del Rosario. (Abril de 2011). *Ranking de ciudades latinoamericanas para la atracción de inversiones*. Recuperado el 11 de Agosto de 2012, de http://www.urosario.edu.co/urosario_files/e0/e079b4c6-742b-4dfc-a51b-b06d5fc05cc4.pdf
- Universidad Icesi. (2008). *Consultorio de Comercio Exterior*. Recuperado el 14 de Agosto de 2012, de <http://www.icesi.edu.co/blogs/icecomex/2008/12/05/exportaciones-2008/>
- Vergel Cabrales, G. (1997). *Metodología: Un manual para la elaboración de diseños y proyectos de investigación* (Tercera ed.). Limusa.

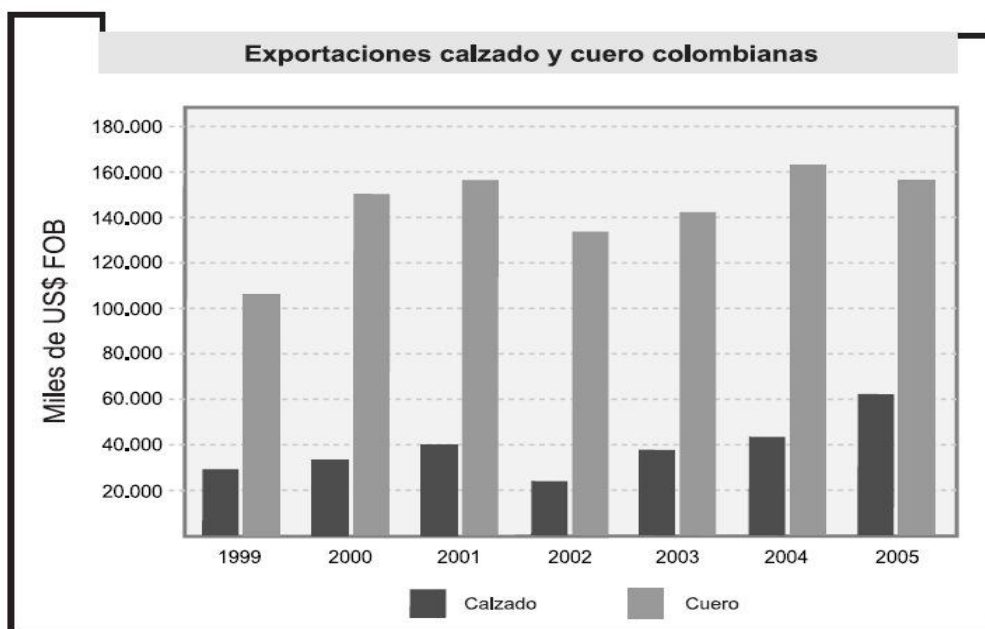
Villegas Alvarez, D. C., & Zapata González, H. D. (2007). *Competitividad sectorial Internacional. Caso: Sector del cuero y del calzado* (Vol. III). Cali: Unilibre Cali.

ANEXOS

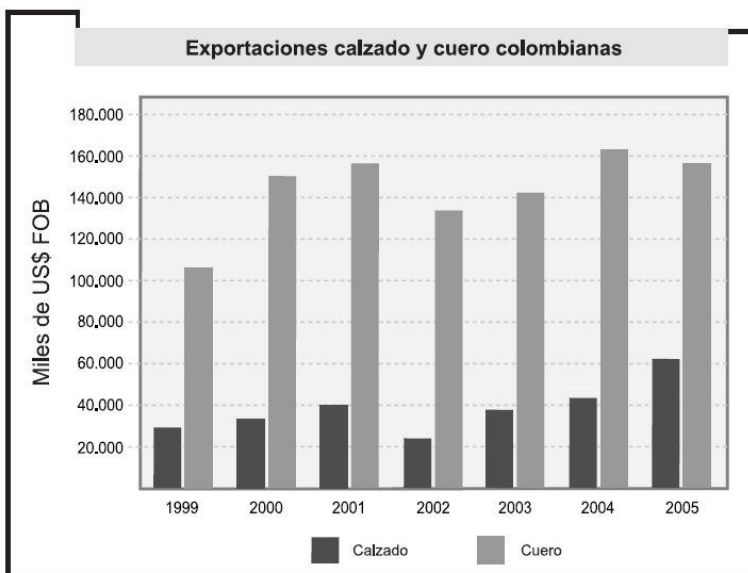
ANEXO A. PROCESO DE TRANSFORMACIÓN DEL CUERO



ANEXO B. Exportaciones colombianas de cuero y calzado. 1999-2005



ANEXO C. Exportaciones colombianas de cuero y calzado en el período 1999-2005



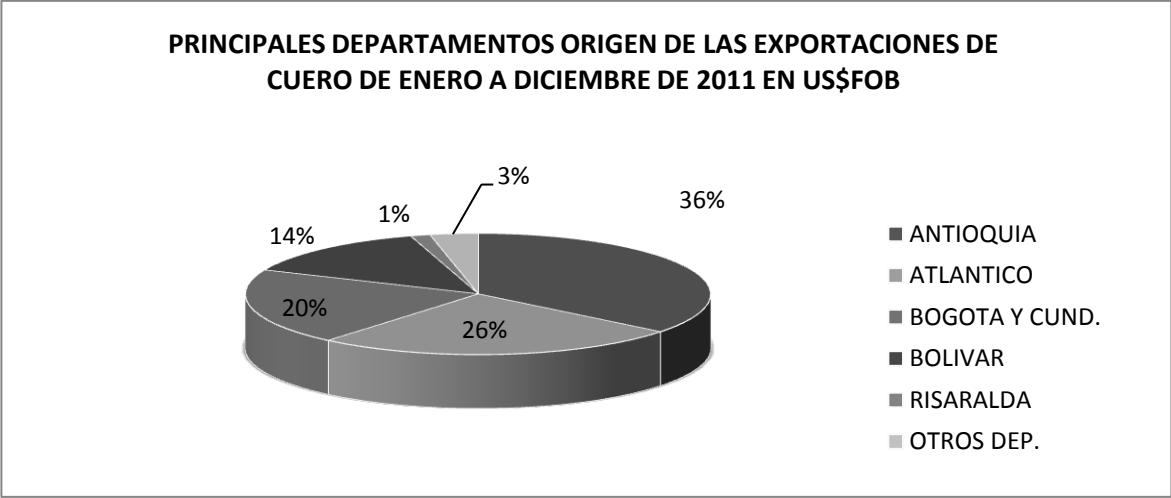
Fuente: Competitividad sectorial Internacional (Villegas Alvarez & Zapata González, 2007).

ANEXO D. Exportaciones industriales del departamento del atlántico 2000-2009

Tabla 9. Exportaciones industriales del Departamento del Atlántico						
Subsectores	2000 - 2009 (US\$ Millones FOB)			Período 2000 - 2009		
	2000	2005	2009			
	Valor	Valor	Valor	Part. Promedio de la industria	Part. Promedio Total	Crecimiento promedio 2000-2009
Productos químicos	147,2	179,8	362,8	29,20%	27,60%	10,90%
Metalmecánica	97,7	195	277,9	23,90%	22,50%	16,40%
Alimentos y bebidas	72,1	77,2	133,3	12,40%	11,70%	10,40%
Textiles	36,3	44,9	77,3	8,30%	7,80%	23,20%
Minerales no metálicos	41,3	72,3	74,4	9,30%	8,70%	8,60%
Otras industrias	28,7	39,6	47,7	5,90%	5,60%	7,20%
Cueros y Calzados	25,9	30,6	23,5	4,80%	4,50%	1,60%
Madera y sus manufacturas	10,1	16,3	19,6	2,30%	2,20%	9,60%
Papel, imprenta y editorial	4,8	5,5	19,3	1,10%	1,10%	22%
Caucho y plástico	4,2	14,6	18,1	1,40%	1,30%	23%
Confecciones	4,3	13,8	10,8	1,50%	1,40%	21,80%
Total Industrial	472,6	689,6	1064,7	100%	94,30%	10,60%
Total Exportaciones	487,9	720,6	1148,2		100%	11,30%

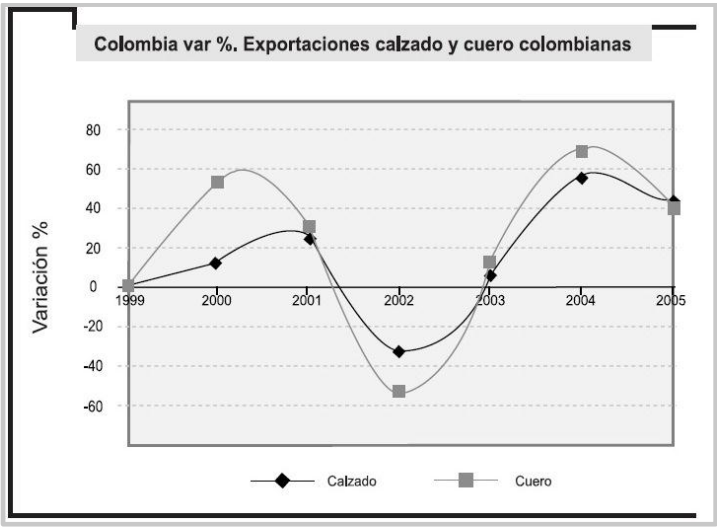
Fuente : Quintero Hermanos Ltda., Fundesarrollo

ANEXO D. Participación del departamento del atlántico en las exportaciones colombianas de cuero – año 2011



Fuente: Dirección de Estudios Sectoriales-ACICAM

ANEXO E. Variación anual de las exportaciones colombianas de cuero y calzado



Fuente: Competitividad sectorial Internacional. Caso: Sector del cuero y del calzado (Villegas Alvarez & Zapata González, 2007)

ANEXO F. Principales países destino de las exportaciones

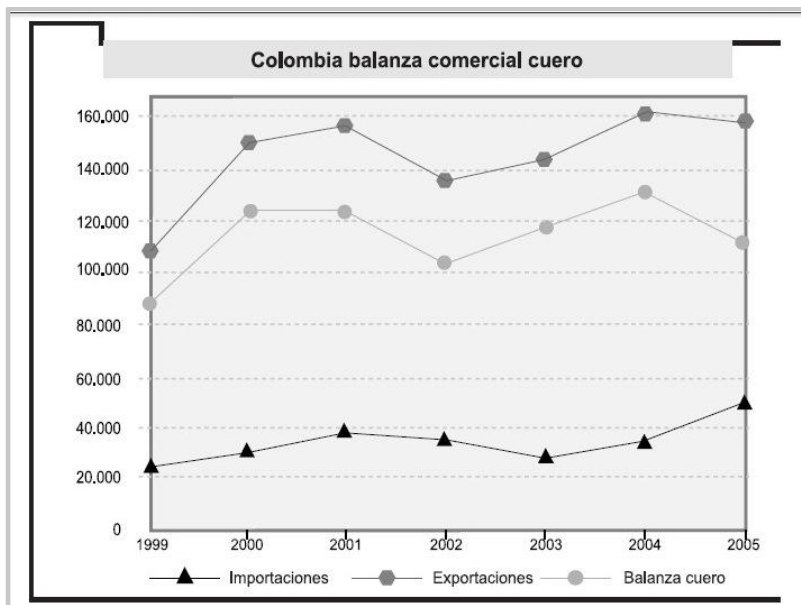
EXPORTACIONES COLOMBIANAS DE LA CADENA DE CUERO, CALZADO Y MARROQUINERÍA DE ENERO A DICIEMBRE DE 2011

PAIS	CUERO	% Part.	MARROQUINERIA	% Part.	CALZADO en US\$Fob	% Part.	Calzado en No de Pares	% Part.	Partes de Calzado	% Part.	Total Cadena	% Part.
ESTADOS UNIDOS Y PTO. RICO	6.563.945	4%	50.723.662	64%	1.335.715	4%	96.986	4%	667.637	4%	59.290.959	21%
ITALIA	37.199.391	24%	342.449	0%	2.319	0%	523	0%	0	0%	37.544.159	13%
CHINA	29.676.950	19%	1.814	0%	0	0%	0	0%	0	0%	29.678.764	10%
ECUADOR	2.208.601	1%	2.636.777	3%	14.393.680	42%	1.030.118	45%	8.866.008	50%	28.105.066	10%
VENEZUELA	7.781.186	5%	6.668.854	8%	4.193.640	12%	302.877	13%	3.397.306	19%	22.040.987	8%
TAILANDIA	13.949.488	9%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	13.949.488	5%
HONG KONG	12.929.753	8%	242.307	0%	0	0%	0	0%	0	0%	13.172.060	5%
MEXICO	5.448.276	4%	3.201.202	4%	4.128.812	12%	304.882	13%	267.227	2%	13.045.518	5%
TAIWAN (FORMOSA)	8.947.848	6%	69.265	0%	0	0%	0	0%	0	0%	9.017.113	3%
ESPAÑA	6.436.620	4%	292.178	0%	54.147	0%	1.689	0%	1.232.913	7%	8.015.858	3%
PERU	2.047.728	1%	1.348.594	2%	1.597.168	5%	155.997	7%	1.569.073	9%	6.562.563	2%
PANAMA	335.367	0%	1.489.466	2%	2.534.461	7%	116.796	5%	117.543	1%	4.476.837	2%
COREA (SUR), REP. DE	2.584.250	2%	1.078.324	1%	12.972	0%	94	0%	0	0%	3.675.545	1%
SINGAPUR	3.218.242	2%	22.572	0%	10	0%	2	0%	0	0%	3.240.824	1%
COSTA RICA	5.008	0%	1.461.299	2%	1.222.836	4%	59.797	3%	343.357	2%	3.032.500	1%
GUATEMALA	1.613.295	1%	420.539	1%	265.934	1%	7.548	0%	23.210	0%	2.322.978	1%
CHILE	435.831	0%	465.028	1%	1.297.144	4%	63.567	3%	179	0%	2.198.182	1%
CANADA	593.604	0%	1.025.091	1%	106.301	0%	3.411	0%	302.857	2%	2.027.853	1%
REPUBLICA DOMINICANA	1.356.350	1%	376.439	0%	152.386	0%	6.103	0%	11.682	0%	1.896.857	1%
JAPON	840.971	1%	655.597	1%	2.124	0%	36	0%	0	0%	1.498.691	1%
RUSIA	1.376.703	1%	120.292	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1.496.995	1%
OTROS	7.654.497	5%	6.948.752	9%	2.605.957	8%	115.687	5%	1.001.071	6%	18.210.278	6%
TOTAL	153.203.902	100%	79.590.501	100%	33.905.607	100%	2.266.113	100%	17.800.064	100%	284.500.074	100%

Fuente: DANE

Cálculos: Dirección de Estudios Sectoriales-ACICAM

ANEXO G. Balanza comercial anual de Colombia para el cuero.



Fuente: Competitividad sectorial Internacional. Caso: Sector del cuero y del calzado (Villegas Alvarez & Zapata González, 2007).